

**PROJETO TEMÁTICO: MÍDIA, CAMPANHA ELEITORAL E  
COMPORTAMENTO POLÍTICO EM SÃO PAULO**

**RELATÓRIO DO SUBPROJETO DA PUC-SP**

**TELEJORNALISMO E RADIOJORNALISMO NAS ELEIÇÕES DE  
2000 E 2002**

**Coordenação: Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Vera Chaia**

**Equipe: Andréa Reis, Carlos Alberto Furtado de Melo, Cláudio Penteado, Eduardo Viveiros, Fernanda Zacharewicz Frasseto, João José de Oliveira Negrão, Julia Nepomuceno Ribeiro. Helena Santeiro do Val, Marcelo Burgos, Marco Antonio Carvalho Teixeira, Luisa Roxo, Paula Papis, Rafael de Paula Aguiar Araújo e Rosemary Segurado.**

**SÃO PAULO, 2004**

## **A - Introdução**

Não podemos mais ignorar a importância dos meios de comunicação na construção de representações sociais e de candidaturas nos diferentes processos eleitorais. Num contexto de predominância da televisão e dos telejornais como fonte principal de informação da maioria dos eleitores que vêem e não lêem, pode-se perguntar qual a importância da mídia neste processo eleitoral?

A mídia altera o relacionamento humano, expressa o poder na nossa história política e deve ser analisada em todas as suas dimensões. O conhecimento na sociedade contemporânea tem por base a recepção das formas simbólicas emitidas pela mídia, que além de exercer tal função comunicativa, também interfere no relacionamento humano. Os processos de transformação tecnológica e comunicacional porque passa a nossa sociedade permitem afirmar que novas formas de ação e de interação são criadas constantemente, afetando inclusive a vida no espaço público.

O significado das informações geradas pela mídia deve ser avaliado num largo espectro: se, por um lado, a presença intensa da mídia na vida das pessoas pode gerar um acúmulo de informações que, positivamente, amplia as possibilidades simbólicas dos indivíduos e provoca um distanciamento das suas circunstâncias sociais para direcionar a reflexão, por outro lado, pode trazer consequências negativas ao introduzir mensagens ideológicas. Portanto, nosso conhecimento da realidade é construído pelos meios de comunicação que selecionam o que iremos ler, ver e ouvir.

Tais considerações apontam para as alterações ocorridas também na esfera política, pois, com o desenvolvimento da mídia, o conhecimento sobre fatos e lideranças políticas é derivado quase que exclusivamente dos meios de comunicação. No caso específico da sociedade contemporânea, a televisão ocupa a centralidade, significando dizer que possui papel fundamental na construção de uma política de imagem, repercutindo em visibilidade e poder.

O próprio conhecimento de líderes políticos e de suas políticas é derivado quase que exclusivamente de informações transmitidas pelos meios de comunicação. Nesse sentido é essencial um estudo desses meios como construtores das formas simbólicas que influenciarão a nossa concepção da política e dos políticos.

Como analisar a relação entre Processo Eleitoral, Representação Política e Mídia na nossa sociedade?

As hipóteses que orientam este trabalho são as seguintes:

- 1) A centralidade da mídia, a sua pretensa neutralidade e o anunciado apartidarismo da mídia são fatores importantes para se compreender os processos eleitorais nas democracias contemporâneas;
- 2) A construção da agenda setting pela mídia é uma referência fundamental para analisarmos os temas presentes em uma campanha eleitoral e esta exerce um papel fundamental neste processo;
- 3) A análise do enquadramento das matérias diferencia as coberturas jornalísticas das diferentes emissoras no telejornalismo e no radiojornalismo.

Com relação à 1ª hipótese teórica, que norteia o projeto temático como um todo, parte-se do referencial desenvolvido por Bernard Manin (1995). Segundo o autor, ocorreram mudanças desde as origens do governo representativo no final do século XVIII, até o final do século XX no tocante às formas de representação e escolha dos governantes.

Na sua avaliação, a representação política está passando por uma crise nos países ocidentais: antes havia uma relação de confiança entre o eleitorado e os partidos políticos, atualmente o eleitorado tende a votar de modo diferente de uma eleição para outra; antes a maioria dos eleitores se identificava com um partido e se mantinha fiel a este, atualmente pode-se constatar, através de pesquisas de opinião, que aumentou o número de eleitores não identificados com partidos políticos; antes a diferença entre os partidos políticos parecia reflexo das clivagens sociais, atualmente são os partidos que se impõem à sociedade de clivagens; antes os partidos políticos apresentavam um programa político aos eleitores e se comprometiam a cumpri-lo caso alcançassem o poder, atualmente a estratégia eleitoral dos candidatos e dos partidos é apresentar a construção de um programa político vago que projeta a personalidade dos líderes.

Portanto, para Manin, a representação política e os partidos políticos estariam passando por uma crise sem precedentes. Se nos séculos XVIII e começo do XIX predominava um Governo Representativo de tipo parlamentar, nos meados do século XIX e XX havia uma Democracia de Partido, em que os partidos ganhavam destaque. Atualmente,

parece predominar uma Democracia do Público, na qual os partidos políticos perdem sua importância, prevalecendo à escolha dos candidatos por suas características pessoais, pois “cada vez mais os eleitores tendem a votar em uma pessoa, e não em um partido” (MANIN, 1995, p. 25).

A Democracia do Público é marcada pela presença da mídia, pela personalização política em detrimento dos partidos e dos programas políticos, pela presença de um eleitorado sem vínculos partidários e pela volatilidade do voto.

Portanto, o declínio dos partidos e dos programas partidários transferiu a posição de principal fórum de debates do partido e do parlamento para os meios de comunicação e, neste processo, os candidatos passaram a cortejar o eleitor diretamente por meio do rádio e da televisão, dispensando a mediação da rede de militantes do partido e estabelecendo uma nova relação entre políticos/eleitores por meio do uso intensivo de técnicas de comunicação que enfatizam a personalidade do candidato.

Tais procedimentos se tornaram possíveis porque, na “Democracia do Público”, a imprensa de opinião (vinculada aos partidos) cedeu lugar aos meios de comunicação “neutros” em relação às agremiações políticas: o resultado dessa neutralização é que as pessoas passaram a receber, sem as clivagens partidárias, as mesmas informações sobre um dado assunto.

No contexto de uma sociedade crescentemente complexa e fragmentada, marcada pelo declínio da política ideológica, da identidade partidária e da imprensa de opinião, os eleitores passaram a definir seu voto basicamente levando em conta as questões colocadas em jogo em cada eleição específica.

Diante desse quadro, o controle da agenda da mídia se transformou num aspecto absolutamente crucial para os candidatos e os grupos de pressão. A mídia, como foi salientado, ganha espaço também em face da crise dos partidos políticos – se torna substituta de algumas das funções tradicionais dos partidos políticos, tais como o fornecimento de informações à opinião pública, fiscalização das ações governamentais e patrocínio de candidaturas e de campanhas eleitorais.

Devemos também estar atentos de que não há unanimidade na Ciência Política a respeito da hipótese de que o crescimento da importância política da mídia se dê em detrimento dos partidos políticos. O próprio Bernard Manin reforça a idéia que sua análise

e a construção das três formas de representação se baseiam em tipos ideais, podendo haver uma coexistência de formas de representação num mesmo contexto sociopolítico.

Nessa mesma direção de avaliação da crise da representação política se dirige a reflexão de Alain Touraine (1995). No artigo intitulado “Comunicación política y crisis de la representatividad”, o autor afirma que “los políticos se preocupan cada vez más por su imagen y por la comunicación de sus mensajes, en al medida misma en que ya no se definen como los representantes del pueblo, o de una parte de éste, o de un conjunto de categorías sociales. Hay políticos que se dirigen, si no al conjunto de los electores, al menos a una gran cantidad de grupos distintos, lo que le da al político mayor autonomía” (Touraine, 1995, p. 47).

Touraine alerta que não existe uma evolução geral da representação para a comunicação política e vice-versa. Pondera que é uma tendência que pode ser observada nas democracias representativas e particularmente na França, que preservou por mais tempo a questão ideológica que diferenciava os partidos políticos.

O cientista político italiano, Giovanni Sartori (1992), escreveu um trabalho pessimista ao abordar a presença da televisão na vida política. Segundo o autor, a televisão mudou o homem e a política, ou seja, estaria acontecendo uma transformação do homem-leitor (era Gutemberg) para o homem que vê (era McLuhan). Predominaria o poder da imagem, desaparecendo a capacidade de abstração do próprio homem, pois a imagem é inimiga da abstração e explicar é desenvolver um discurso abstrato, baseado em conceitos, não em imagens. Sartori afirma que está ocorrendo uma Revolução Antropogenética, o homo sapiens está dando lugar ao homo insapiens. Emerge nesse contexto uma política vídeoplasmada, um vídeopoder.

Sartori afirma também que ao faltar o poder do partido como entidade por si mesma, como máquina organizativa, como coagulante do voto popular, o que sobra é um espaço aberto no que é o poder do vídeo, e a videopolítica tem a facilidade de estender-se sem se chocar com contrapoderes. A televisão homogeneiza gostos, estilos de vida, mas ser homogênea não nos faz irmãos, pois os problemas e os interesses da comunidade política a que pertencemos ficam fragmentados. Ocorre uma personalização da política, encarecimento das campanhas eleitorais, empobrecimento cívico e fomento do localismo e da fragmentação que impede a conquista do bem comum.

O apogeu da videopolítica se deu na disputa presidencial de 1988 nos Estados Unidos, na qual se destacaram os *ghost writers* e assessores guiados obsessivamente pelas sondagens e pesquisas de opinião pública. Na avaliação de Sartori, as informações do cidadão comum são obtidas através dos meios de comunicação. Portanto, é uma ironia apresentar as sondagens como uma “*vox populi, vox Dei*”. A voz do povo é em grande medida a voz dos meios sobre o povo. A sondagem-mania não capta a intensidade das opiniões, e as opiniões débeis podem mudar de hoje para amanhã. E muitas opiniões nascem no momento da pergunta. Surgem opiniões inventadas na hora: “As sondagens não são tanto um instrumento de demo-poder como a expressão do poder dos meios sobre o povo” (falta citação).

As próprias candidaturas são construídas, coordenadas e orientadas por pesquisas de opinião pública. Daí a pasteurização e a homogeneização das campanhas eleitorais, já que todos os candidatos e suas equipes se baseiam nessas pesquisas. A ênfase no uso das pesquisas de opinião e a concepção falsa da objetividade da estatística é uma constante em nossa sociedade. Nos telejornais sempre acompanhamos a divulgação das mais variadas pesquisas e a mídia sempre se utiliza delas para reforçar a fala da “opinião pública”, termo usado aleatoriamente para todas as ocasiões em que se quer referendar uma determinada avaliação política.

A videopolítica transforma a política num espetáculo, a política como *show business*. Desaparece o debate, o confronto político, prevalece a imagem, as pesquisas e a construção premeditada da imagem do candidato. Os programas partidários também são construídos a partir dessas expectativas eleitorais. Nesse sentido os marqueteiros se destacam e a eles se atribui a construção de plataformas eleitorais e de ‘fatores’ de políticas públicas.

Com tais reflexões Sartori reforça a sua crença no Sistema Representativo e lamenta o esmaecimento do caráter ideológico dos partidos políticos e do próprio processo eleitoral, em que prevalecem debates sem qualquer conteúdo político-ideológico-partidário.

Eduardo Saffirio Suárez, num artigo intitulado “Impacto de la Vídeo Política en los Partidos Políticos” (1998), reafirma a posição assumida por Sartori, mas se limita a discutir as mudanças que a videopolítica provocou nos partidos.

Segundo Suárez, a política perdeu sua centralidade e ocorreram modificações no espaço político. Os partidos políticos perdem o monopólio da articulação dos interesses e das demandas sociais; o papel dos partidos políticos se reduziu fundamentalmente à participação nas eleições, prevalecendo a participação dos cidadãos individuais, e não atuações coletivas e de militância política; a mídia também se fortalece, pois provoca a agregação de interesses sociais, incorporando e estabelecendo uma agenda pública; o recrutamento político deixa de ser terreno exclusivo dos partidos políticos, ocorrendo o surgimento do *outsider* apoiado pela mídia; se produz uma mudança estrutural da comunicação política, em que o midiático ganha terreno ao organizacional; a legitimação também passa agora mais pelos meios do que pelos partidos políticos. Claro que subsistem funções específicas dos partidos políticos: a função de representação e a função de governança (afetada pelas mudanças ocorridas com o processo de globalização).

Como conclusão, o autor afirma que o poder do vídeo também possui aspectos positivos: ao colocar refletores sobre a arena política, permite que se reduza a corrupção nas sociedades democráticas, ampliando assim a política como o lugar do visível. A televisão possibilita que se melhore a representação dos governados, já que os partidos devem, em princípio, ser mais sensíveis a suas inquietações e demandas.

Por sua vez, a videopolítica também agrava a deterioração das funções tradicionais dos partidos, e obriga os partidos a realizarem uma reestruturação nas suas organizações internas. Suárez considera fundamental fortalecer o sistema dos partidos políticos na América Latina, melhorando a sua institucionalização com as seguintes propostas: a) estabilidade nas regras da competição partidária; b) criação de raízes estáveis dos partidos políticos com a sociedade; c) legitimidade das eleições ante os principais atores políticos; d) autonomia relativa do sistema de partidos com respeito das forças sociais e econômicas, da liderança religiosa.

Pierre Bourdieu (1997) também é crítico da televisão, por considerar inadequado o uso que se faz deste veículo: o que se busca transmitir é o espetacular, o sensacional, a própria televisão “convida” à dramatização - imagens e acontecimentos são exagerados na sua importância e gravidade; o mundo da imagem é, paradoxalmente, dominado pelas palavras, visto que as fotos/imagens não são nada sem uma legenda que diz o que é preciso ler.

Para se compreender como se processa a construção das representações sobre a vida política e a política de modo geral, é necessário analisar os telejornais, pois cada vez menos pessoas lêem jornais (19% da população brasileira), os indivíduos só se informam pela televisão (40% de audiência do Jornal Nacional da TV Globo). Nesse sentido os telejornais exercem um papel fundamental no processo de construção da representação do político. A única fonte de informação é a televisão e ela se transforma no “árbitro do acesso à existência social e política” (1997, p. 29). “A televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população” (1997, p. 23).

Nos telejornais prevalece a imagem, a legenda, o que vale é manter ou aumentar os índices de audiência. A imagem tem a particularidade de poder produzir o “efeito do real”, pois a televisão “pode fazer ver e fazer crer no que faz ver” (1997, p. 26). Os produtos jornalísticos, segundo Bourdieu, são muito mais homogêneos do que se “acredita” em decorrência das restrições impostas pelas fontes e uma série de mecanismos que envolvem a questão da concorrência. O monopólio também uniformiza e homogeneiza as informações. O autor critica os jornalistas porque eles somente “se lêem, se vêem, se encontram”, estabelecendo um “círculo vicioso de informações” (1997, p. 35).

Pierre Bourdieu afirma que a televisão representa um perigo para a vida política, para a democracia, pois a TV exerce uma forma de violência simbólica, “que se exerce com a cumplicidade tácita dos que a sofrem e também dos que a exercem, na medida em que uns e outros são inconscientes de exercê-la ou de sofrê-la” (1997, p. 22).

Sartori também considera uma farsa a objetividade das imagens: “O jornalismo escrito pode mentir, mas o jornalismo em imagens não, a imagem é como é, e fala por si mesma”. Na sua avaliação essa afirmação é mentirosa, pois ocorre a edição, a escolha das imagens e a “descontextualização” da imagem que pode falsear o todo.

O jornalismo na TV possui uma característica extremamente perniciosa, porque ocorre uma compressão e omissão nos noticiários – compressão devido ao virtual desaparecimento do enquadramento e da explicação do “problema”; omissão porque o que não tem imagem não entra no noticiário. É importante destacar que a agenda política está sendo cada vez mais definida pela televisão, embora a imprensa escrita tenha maior credibilidade.

A segunda hipótese que orienta esta pesquisa trabalha com o referencial da *agenda setting*. Para a hipótese do *agenda setting* só se tornam assunto de uma agenda pública de discussões os temas – entre os milhares possíveis – que ganham espaço nos jornais, revistas, rádios e tevês. É preciso, aqui, marcar uma distinção: há duas esferas possíveis em relação às quais as pessoas orientam suas conversas. Uma é aquela chamada de “agenda pessoal”, em que se localizam temas que dizem respeito à vida privada de cada um: o filho que adoeceu, o carro que quebrou. Estes são temas não-mediatizados. Neste nível, é baixa ou nula a influência da mídia, porque só pessoas muito próximas conversarão sobre eles.

Há, porém, uma esfera de assuntos comuns, que parte significativa dos agentes sociais conhece e sobre os quais fala. É aí, segundo a hipótese, que a mídia, pela seleção, disposição e incidência das notícias, determinará os temas. Assim, para E. Shaw,

“em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas.” (SHAW, 1979, p. 96, citado por WOLF, 1995, p. 130)

Barros Filho (1995) mostra dois exemplos de *agenda setting*. O jornalista norte-americano Lincoln Steffens, em sua autobiografia, conta como, no jornal *Evening Post*, decidiu publicar histórias policiais pitorescas, que eram até então relegadas. O “furo” levou outros jornais ao mesmo procedimento. O aumento dos crimes tratados pelos jornais levou o público e autoridades a considerar a criminalidade mais relevante (na época, falou-se até de *crime wave*), sem que, na realidade, houvesse uma elevação estatística do número de crimes.

Outro exemplo interessante diz respeito à divulgação em 1993, pelo *Fantástico*, da Rede Globo, do movimento separatista República dos Pampas, então existente no Rio Grande do Sul, segundo seus idealizadores, há mais de cinco anos. No entanto, para a quase totalidade do País, tal movimento - de baixíssima penetração no próprio sul do Brasil, é necessário frisar – passou a existir naquele momento. E a partir da divulgação, que fez outros veículos também se voltarem para o tema, um movimento político sem expressão

levou os ministros da Justiça, do Exército, o presidente da República e até o secretário-geral da ONU a se pronunciarem sobre ele, o mesmo acontecendo com discursos no Congresso Nacional. Passada esta onda, a República dos Pampas voltou ao desconhecimento, por não ter bases enraizadas.

A hipótese de *agenda setting* veio a lume em 1972, quando McCombs e Shaw publicam os resultados de um estudo realizado em 1968, na localidade de Chapel Hill, na Carolina do Norte (EUA)<sup>1</sup>. A idéia central à hipótese, no entanto – sem usar o nome –, pode ser encontrada em diferentes autores e trabalhos anteriores. Hohfeldt (2001) aponta para influências de Gabriel Tarde (*A opinião e as massas*, falta data) e Walter Lippmann (*Public opinion*, 1922), também apontado como antecessor por Barros Filho (1995), que indica outros: Robert Ezra Park (*The city*, 1925); Norton Long (*The local community as a ecology of games*, 1958); Bernard Cohen (*The press and foreign policy*, 1963); Gladys Lang e Kurt Lang (*The mass media and voting*, 1966).

A premissa inicial da *agenda setting* é aquela avançada por Cohen:

“a imprensa pode, na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, mas tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre o que pensar. O mundo parece diferente a pessoas diferentes, dependendo do mapa que lhes é desenhado pelos redatores, editores e diretores do jornal que lêem.” (COHEN, 1963, p. 72, citado em TRAQUINA, 2001, p. 19)

A idéia central de *agenda setting*, conforme expressa por Cohen (não dizer "como pensar", mas "sobre o que pensar") ganhou complexidade e alterações com a evolução das pesquisas que a tinham como núcleo de preocupação. Traquina as descreve da seguinte maneira: Funkhouser (1973 e 1991), MacKuen (1981) e MacKuen e Coombs (1982) descobrem que a preocupação pública com os problemas reflete as mudanças ao longo do tempo na atenção prestada a esses problemas pelos mídia. Em outra pesquisa, Iyengar, Peters e Kinder (1982 e 1991) concluem que “os espectadores expostos às notícias dedicadas a um problema em particular ficam mais convencidos da sua importância. Os

---

<sup>1</sup> “The agenda setting function of mass media”. *Public Opinion Quarterly*, n. 36, 1972, p. 176-187

programas das redes noticiosas parecem possuir uma poderosa capacidade de moldar a agenda pública” (TRAQUINA, 2001, p. 35).

A sucessão das pesquisas tendo por base a hipótese da *agenda setting* levou seus primeiros e principais promotores a reformularem a definição inicial aventada por Cohen. McCombs e Shaw, em 1993, naquilo que podemos considerar o "significado forte" da hipótese (em contraposição ao "significado fraco", que postula que mais do que impor o que pensar, a mídia tem a capacidade de definir *sobre o que pensar*), afirmam que

“o agendamento é consideravelmente mais que a clássica asserção de que as notícias nos dizem sobre o que pensar. As notícias também nos dizem como pensar nisso. Tanto a seleção de objetos que despertam a atenção como a seleção de enquadramentos para pensar esses objetos são poderosos papéis de agendamento. [Assim] o clássico somatório de Bernard Cohen (1963) do agendamento – os mídia podem não nos dizer o que pensar, mas são incrivelmente bem sucedidos ao dizer-nos em que pensar – foi virado pelo avesso. Novas investigações, explorando as conseqüências do agendamento do enquadramento dos mídia, sugerem que os mídia não só nos dizem em que pensar, mas também como pensar nisso, e conseqüentemente o que pensar.” (TRAQUINA, 2001, pp. 33-34)

Diferentes veículos têm diferentes capacidades de influir na definição dos temas de debate público. O agendamento também depende da natureza do assunto: quanto mais próximo ele for da experiência pessoal direta da audiência - desemprego, custo de vida, criminalidade - menor o efeito de *agenda setting*, que se torna mais marcante à medida que o assunto se afaste deste contato, como política internacional e ciência, por exemplo. Conforme Barros Filho (1995) e Traquina (2001), Zucker vai identificar os temas como *obstrusive*, no primeiro caso, e *non-obstrusive*, no segundo.

Outros estudos buscam precisar o grau de influência da natureza do veículo. Pesquisa de Benton e Frazier, voltada para temas econômicos citados por Wolf (1995), distingue três níveis de conhecimento: o primeiro, superficial, inclui apenas o título da área temática (economia, poluição, política); o segundo já implica certas articulações de conhecimentos (causas, soluções propostas); o terceiro relaciona-se à complexidade ainda maior (argumentos favoráveis e contrários, grupos que apóiam diferentes estratégias para determinadas soluções). Para eles,

“a televisão parece desempenhar um papel secundário, pouco significativo, na determinação da agenda nos níveis dois e três, que implicam um conhecimento mais aprofundado dos temas econômicos. No momento em que a hipótese do *agenda setting* se articula sobre diversos níveis do processo de aquisição de informações, os dados obtidos revelam papéis diferentes para os vários *mass media*.” (WOLF, 1995, p. 141)

McCombs – um dos pais da hipótese de *agenda setting* –, em artigo de 1976, tem conclusões semelhantes. Para ele, os jornais impressos são os principais “promotores da agenda do público”, embora a televisão tenha impactos, no curto prazo, na composição desta agenda. McCombs afirma que o “melhor modo de descrever e distinguir esta influência será, talvez, chamar *agenda setting* à função dos jornais e *ênfase* (ou *spot-lighting*) à da televisão” (WOLF, 1995, p. 145).

Tanto este papel relativamente secundário dispensado à televisão quanto a proeminência na capacidade de agendamento é questionado por alguns autores, principalmente se levarmos em conta o que chamamos de significado forte da hipótese. O questionamento ganha destaque em países como o Brasil, onde é baixo o índice de leitura de jornais<sup>2</sup> e a televisão está presente em quase 90% dos domicílios. Lima, na construção do conceito de Cenário de Representação da Política (CR-P), afirma que a televisão exerce posição dominante frente aos outros veículos no que diz respeito à audiência e credibilidade. No Brasil, afirma Lima, a imprensa diária, proporcionalmente, manteve praticamente a mesma tiragem nos últimos 20 anos, enquanto a televisão se consolidou nacionalmente, “dominada por um ‘virtual monopólio’ de audiência e de verbas publicitárias de uma única rede” (LIMA, 2001, p. 194).

Portanto “A hipótese da agenda setting implica na idéia de que a produção de notícias demanda uma operação de enquadramento que se realiza, na rotina produtiva da imprensa, através da adoção de critérios de relevância para organizar acontecimentos, temas, aspectos e problemas. Nestes termos, a produção da notícia é, sociologicamente falando, um processo de construção da realidade na medida em que oferece um quadro interpretativo (frame) ao público. Em função desta abordagem, a noção de gatekeeper e a

---

<sup>2</sup> Dados da revista *Imprensa* de junho de 2002 mostram queda acentuada da circulação paga dos dez maiores jornais brasileiros em fevereiro/2002: 11,04% em relação a fevereiro/2001. No total, a circulação média dos dez maiores nos dias úteis em fevereiro/2002 ficou em 1.957.402 exemplares. Nos domingos, quando a tiragem é maior, a média de circulação chegou a 2.779.098. O maior jornal brasileiro, a *Folha de S. Paulo*, não chega a 500 mil exemplares aos domingos.

análise da rotina produtiva (e, naturalmente, dos critérios de noticiabilidade) foram retomadas e revalorizadas pelo modelo da agenda setting, bem como a análise dos efeitos cumulativos ao longo de um quadro temporal (time-frame)” (Azevedo, 1999: 02).

É neste sentido que se considera importante analisar a televisão, pois para se compreender como se processa a construção das representações sobre a vida política e a política de modo geral, se faz necessário analisar os telejornais e os radiojornais, pois, conforme enfatizado anteriormente, cada vez menos pessoas lêem jornais, os indivíduos só se informam pela televisão e pelo rádio. Neste sentido os telejornais exercem um papel fundamental neste processo de construção da representação do político. A única fonte de informação é a televisão e esta se transforma no “árbitro do acesso à existência social e política” (1997: 29). “A televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população” (1997:23).

A 3ª hipótese que orienta a pesquisa diz respeito à noção de enquadramento.

Mauro Porto trabalha com a noção de enquadramento (framing) definida como “os princípios de seleção, ênfase e apresentação”, usada pelos jornalistas, para organizar a realidade e o noticiário (Porto, 2001).

Porto argumenta que estudos que privilegiam a noção de enquadramento têm como objetivo aprofundar a relação mídia e política e tenta analisar o enquadramento enquanto instrumento de poder, já que envolve uma escolha deliberada dos jornalistas na construção da forma de apresentação da notícia.

“Freqüentemente, a mídia é entendida como ‘fonte de informação’ e seu papel é definido como o de informar os cidadãos. Para bem servir a democracia, segundo este enfoque tradicional, a mídia deve transmitir informações de forma objetiva e imparcial para a audiência. A partir deste ponto de vista, a crítica do papel político da mídia se restringe geralmente a ressaltar a falta de objetividade ou a imparcialidade das mensagens. Implícita neste paradigma está a visão de que ao tratar de temas políticos a mídia deve impedir que valores e ideologias (principalmente dos proprietários e jornalistas) interfiram no relato dos “fatos” (a noção de objetividade) ou evitar que os meios de comunicação favoreçam um grupo, partido ou candidato (a noção de imparcialidade). Na análise da cobertura das eleições, por exemplo, pesquisadores freqüentemente medem o espaço dado a cada candidato ou a valência das matérias (positiva ou negativa) para explicar qual teria sido o papel da mídia” (2002: 1-2).

Os enquadramentos são a forma como são selecionadas e apresentadas as matérias, e também as sonoras na mídia. Sonoras são “os segmentos de um noticiário que apresenta a fala de pessoas” (1999: 15). Ou seja, em cada sonora apresentada, seja de apresentador ou matéria, você pode ter um enquadramento diferente.

Citando a pesquisa de Todd Gitlin (1980), Mauro Porto reproduz seu conceito de enquadramento:

"Os enquadramentos da *mídia* organizam o mundo tanto para os jornalistas que escrevem relatos sobre ele, como também, em um grau importante, para nós que recorremos às suas notícias. *Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira*" (Gitlin, 1980, p. 7; itálicos no original; tradução do autor).

No artigo de Porto<sup>3</sup> várias pesquisas recentes sobre o enquadramento são arroladas, dentre as quais se destacam a de “Hallin (1994) (que) identifica o papel dos enquadramentos "guerra fria" e "direitos humanos" na cobertura da mídia norte-americana sobre os conflitos na América Central, particularmente da guerra civil em El Salvador. Já na cobertura de eleições, jornalistas podem focalizar as propostas e posições dos candidatos, adotando assim um "enquadramento temático" (ver Porto, 2001). Mas os jornalistas podem também optar pelo "enquadramento corrida de cavalos" que apresenta as eleições em termos de quem está crescendo ou caindo, focalizando o desempenho dos candidatos nas pesquisas e as estratégias dos candidatos para manter a dianteira ou melhorar o desempenho nas intenções de voto dos eleitores (Patterson, 1980, 1993; Robinson e Sheehan, 1983; Hallin, 1994, pp. 133-152). Em períodos não-eleitorais, pesquisadores têm identificado um ângulo similar ao do corrida de cavalos: a tendência da mídia de noticiar a política em termos estratégicos, ressaltando as intenções e ações dos diversos "jogadores", adotando assim o "enquadramento do jogo" (Lawrence, 2000)”.

Com esse enquadramento da mídia, as notícias podem atuar na transmissão de valores e das explicações estruturais a respeito do mundo público, que é naturalizado para uma realidade mais próxima dos indivíduos. As narrativas que são produzidas pela mídia são resultados da sua interação com os eventos e seus protagonistas. A televisão serve para

---

<sup>3</sup> Porto em sua tese de doutorado (2001), além de analisar o enquadramento das notícias, realiza um estudo de recepção para avaliar como esta noção repercute na compreensão da notícia.

reproduzir e reforçar elementos dominantes de cada cultura. Os meios de comunicações não se limitam apenas a reproduzir os padrões de enquadramento vigentes, pois eles interferem diretamente nessa reprodução, mas essa intervenção é limitada estruturalmente.

Alessandra Aldé e Fernando Lattman-Waltrmann também utilizam o conceito de enquadramento de Erving Goffman e para esse os enquadramentos “são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação de solução, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam rotineiramente o discurso, seja verbal ou visual” (Aldé e Lattman-Waltrmann, 2000: 2).

No texto “*O MST na TV: sublimação do político, moralismo e crônica cotidiana do nosso ‘estado de natureza’*” de autoria de Aldé e Lattman-Waltrmann, tem como objetivo analisar os enquadramentos usados por dois telejornais para narrar os eventos envolvendo o MST, os fazendeiros e o governo. As diferenças de enquadramento do conflito entre os dois telejornais investigados são mostradas. O TJ Brasil (Boris Casoy em seu telejornal no SBT) utilizou um enquadramento dramático mostrando vários elementos sensacionais do conflito reforçando os elementos de violência entre os adversários, enquanto o JN (Jornal Nacional da Rede Globo) utilizava um enquadramento moralista, mas sem deixar de mostrar os elementos de violência do movimento também. O JN utilizava elementos para apelos à lei e a ordem e advogavam a viabilidade de formas pacíficas para a solução do problema.

Com o enquadramento que a mídia faz, as notícias atuam na transmissão de valores e das explicações estruturais a respeito do mundo público. Neste sentido, a televisão ajuda a reproduzir e reforçar elementos dominantes de cada cultura em termos de valores, crenças e atitudes. A análise das matérias jornalísticas nos ajuda a compreender quais as temáticas que estão sendo colocadas pela agenda da mídia e como elas são representadas.

Portanto a preocupação que orienta a pesquisa e dá um significado político para o presente trabalho é o de frisar a centralidade dos meios de comunicação na sociedade contemporânea, a crise dos partidos políticos e da ideologia neste momento histórico e a importância da televisão e do rádio face à desconfiança das instituições políticas e ao descrédito da classe política. Deve-se enfatizar a importância dos meios de comunicação que informam e formam a opinião pública, principalmente em períodos eleitorais. As campanhas são realizadas principalmente no espaço televisivo e a construção da imagem dos políticos, da política é construída na e pela televisão.

## B - Metodologia

A pesquisa analisou a cobertura jornalística dos telejornais e radiojornalismo nas eleições municipais e estaduais em São Paulo nos anos de 2000 e 2002 respectivamente. São campanhas eleitorais distintas, com agendas políticas e conjunturas políticas diferenciadas. Embora existam especificidades quanto ao período eleitoral, optamos por construir uma metodologia que levasse em conta estas questões e nos permitisse comparar as duas campanhas eleitorais.

Nas eleições de 2000, foram selecionados os seguintes **telejornais locais**: Globo – Bom Dia São Paulo (6h45), SP TV 1ª edição (11h55) e SP TV 2ª edição (18h50); Bandeirantes – Band Cidade (19h); Record – São Paulo Notícia (12h25); Canal 21 (associado à Rede Bandeirantes e o único selecionado que opera em UHF) – Jornal São Paulo (18h). A gravação dos programas abrangeu o período entre 15 de agosto a 29 de outubro – do começo da campanha eleitoral na televisão à divulgação dos resultados finais das eleições. No total foram gravadas **17 fitas de vídeo**, perfazendo **20 horas**.

Quanto ao radiojornalismo, foram estudadas as rádios Eldorado AM e Jovem Pan AM<sup>4</sup> durante os cinco meses eleitorais (agosto a novembro de 2000). Foi realizada uma amostra de 35 fitas cassetes, todas transcritas, gravadas em um universo de 74 fitas. Foram selecionados os jornais matutinos de terça e quinta-feira, pois repercutiam os programas eleitorais do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, dos candidatos à Prefeitura, realizados nas segundas e quartas-feiras à noite e privilegiou-se o período matutino por ser o período o horário nobre do rádio.

Os temas e subtemas foram sugeridos a partir de uma análise preliminar dos telejornais e radiojornais. Esse levantamento nos permitiu analisar numericamente a frequência de sua aparição, e os temas formados na e pela mídia, observando a elaboração da *agenda setting*.

As notícias sobre as eleições de 2000 foram separadas entre quatro grandes temas, cada um dividido em subtemas (Anexo I). Os temas foram divididos em 4 categorias:

---

<sup>4</sup> A idéia inicial deste projeto era acompanhar, além das rádios citadas acima, a CBN AM e a Bandeirantes AM, porém, devido a problemas com a gravação dos radiojornais, isto não foi possível.

Cidade, Campanha Eleitoral, Candidatos e Outros. O tema **Cidade** procura apreender as matérias que veiculam os problemas da cidade considerados fundamentais para a compreensão de um processo eleitoral municipal e possui os seguintes subtemas: Desemprego, Transporte, Violência, Habitação, Infraestrutura (Enchente, Saneamento Básico, Buracos, Poluição Visual e Lixo), Saúde, Educação, Comércio Informal, Segurança e Cultura e Lazer. O tema **Campanha Eleitoral** tem como objetivo apreender matérias que dizem respeito à dinâmica da própria campanha abrangendo os subtemas: Pesquisa Eleitoral, Debate Político, Entrevistas com Candidatos, Agenda do Candidato, Resultados Eleitorais, Horário Eleitoral e Perspectivas Eleitorais. O tema **Candidatos** tem como objetivo analisar quais as imagens construídas e veiculadas dos candidatos pelas emissoras e possui os seguintes subtemas: Alianças, Apoios, Confrontos/Ataques, Programa de Governo, Cotidiano e Declarações. O tema **Outros** procura abranger subtemas que aparecem nos telejornais, mas que não dizem respeito diretamente aos itens anteriores e, neste sentido incorporamos as matérias de Utilidade Pública (Tribunal Regional Eleitoral), Administração Celso Pitta, Sociedade Civil (formas de organização) e Legislação Eleitoral.

Para a catalogação das matérias dos telejornais e dos radiojornais, elaboramos uma planilha (ANEXO II), tendo como base os estudos de Aldé e Lattman-Weltman (2000), Porto (1999) e Lima (1999). Para a análise dos enquadramentos utilizamos o conceito e a metodologia de Mauro Porto (1999).

O enquadramento da matéria foi subdividido em (a) Apresentador, (b) Matéria e, (c) Imagens ou, Recursos, no caso específico do rádio.

No item Apresentador, foram analisadas as notícias ou sonoras a partir dos seguintes critérios: (a) Informativas: quando o locutor relata um fato/tema/evento/ação ou apenas o introduz; (b) Interpretativa: quando o locutor apresenta uma interpretação do fato/tema/evento/ação e; (c) Interpretação Indireta: quando o locutor relata a posição ou fala de outra pessoa que interpreta o fato/tema/evento/ação; (d) Avaliativa: quando existe uma intencionalidade na fala do apresentador.

Na análise do enquadramento da matéria também foi considerada sua construção, a partir dos seguintes critérios: (a) Restrita, quando apenas uma interpretação do fato/evento/ação ou tema é apresentado; (b) Plural Fechada, quando mais de uma interpretação do fato/evento/ação ou tema é apresentada e organizada em uma hierarquia,

de maneira que uma das interpretações é preferida sobre as demais e apresentada como superior ou mais correta; (c) Plural Aberta, quando mais de uma interpretação do fato/evento/ação ou tema é apresentada e tratada de forma mais indeterminada, de maneira que nenhuma interpretação é apresentada como superior ou mais correta; (d) Episódica, quando nenhuma interpretação é apresentada na notícia, que se limita a relatar algum fato/evento/ação ou tema; (e) Avaliativa, quando emite um juízo de valor.

Quanto ao enquadramento de imagens, esta categoria também foi construída para melhor avaliar a apresentação das notícias, sendo divididas em: (a) Apresentador, quando só a imagem do apresentador aparece; (b) Imagens de Apoio, quando são utilizadas imagens externas ao estúdio, ou de uma entrevista em estúdio, por exemplo; (c) Gráficos e Diagramas, utilizados como ilustração de uma reportagem noticiosa; (d) Ilustração e Animação. Quanto ao rádio, a categoria Recursos foi dividida em: (a) Apresentador; (b) Repórter/Comentarista, quando um repórter ou comentarista era anunciado pelo apresentador; (c) Sonoras Políticas, quando havia a fala de algum político; (d) Entrevista; (e) Vinheta e (f) Sonoras Populares/Outros, quando havia a fala da ouvintes.

Já o tratamento dispensado ao enquadramento do candidato foi dividido em: (a) Proposta, quando os candidatos apareciam propondo algo; (b) Esclarecimentos, quando apareciam para explicar alguma coisa; (c) Ataque, quando atacavam o adversário ou alguma outra coisa; (d) Defesa, quando se defendiam de alguma acusação ou ataque de outro candidato ou de denúncia que porventura sofressem.

Nas eleições estaduais de 2002 foram selecionados todos os telejornais que veicularam matérias referentes aos candidatos e aos problemas sociais, políticos e econômicos do estado de São Paulo. Neste sentido, aumentamos a Lista de Emissoras/Telejornais: TV Cultura - Jornal da Cultura, Diário Paulista, Matéria Pública; TV Globo - Bom Dia São Paulo, Bom Dia Brasil, SPTV 1<sup>a</sup>. ed, SPTV 2a. ed, Jornal Hoje, Jornal Nacional, Jornal da Globo; TV Record - Fala Brasil, Página 1, Jornal da Record, Jornal da Record II; Rede TV -Jornal da TV, Rede TV; TV Bandeirantes - Jornal da Noite, Jornal da Band.

Um aspecto que merece destaque diz respeito ao período de gravação. Nesta eleição ampliamos o período de gravação dos programas das convenções partidárias à divulgação

dos resultados finais das eleições. Foram gravadas **14 fitas de vídeo**, perfazendo aproximadamente **20 horas**.

Na pesquisa sobre radiojornalismo, foram estudadas as rádios AM: Eldorado, Jovem Pan, Bandeirantes e CBN, durante os meses de Julho a Outubro. Foi realizado um recorte para coleta de dados: radiojornais matutinos de terça e quinta-feira. perfazendo 15 fitas, todas transcritas.

Para analisar a cobertura jornalística das eleições estaduais, alteramos a lista de alguns temas e subtemas, já que o governador possui funções específicas que extrapolam as atividades de uma cidade, envolvendo atuações em regiões e em setores diferenciados (Anexo III). Os temas selecionados são os seguintes: ECONOMIA – indústria, agricultura, comércio, serviços, desemprego e salário, finanças, política tributária; INFRAESTRUTURA – transporte, enchente, saneamento básico, estradas, energia, questões ecológicas; SOCIAL – habitação, saúde, educação, políticas compensatórias (renda mínima, bolsa escola), questão agrária; VIOLÊNCIA E SEGURANÇA - violência e crimes, penas (pena de morte, prisão perpétua), sistema penitenciário, Febem, política de segurança; CIÊNCIA E CULTURA - ciência e tecnologia, cultura e lazer; CAMPANHA ELEITORAL - pesquisa eleitoral, debate político, entrevistas com candidatos, convenções partidárias, resultados eleitorais, horário eleitoral, perspectivas eleitorais, retirada de candidatura; CANDIDATOS – alianças, apoios, confrontos / ataques (questões éticas, corrupção), programa de governo, cotidiano, declarações, agenda do candidato; OUTROS - utilidade pública (órgãos governamentais – TRE), governo Covas e Alckmin, sociedade civil (formas de organizações), legislação eleitoral, poluição visual eleitoral.

Devido à esta especificidade das eleições de 2002, aprimoramos a planilha (ANEXO IV) visando analisar o período pré-eleitoral, com a cobertura das convenções partidárias e, no caso da planilha do radiojornalismo, foi introduzida a categoria “fala”, que teve como objetivo analisar o uso da voz pelos locutores (ANEXO V).

Como o número de matérias dos telejornais foi muito grande, resolvemos realizar um tratamento diferenciado na análise. Somente os subtemas, que fossem superiores a 20 casos seriam analisados. Outro aspecto que merece destaque é quanto à soma dos

enquadramentos, estes podem extrapolar o número de casos, já que os mesmos não são excludentes.<sup>5</sup>

A análise das convenções partidárias, período anterior à homologação das candidaturas, é interessante de se analisar por acompanharmos a formação das candidaturas, trabalhando com o momento de sua construção, com seus apoios e desafetos.

A Rede Globo produziu uma série especial sobre as “Eleições 2000” e “Eleições 2002”, veiculada em todas as afiliadas desta emissora. São matérias genéricas, que apresentam as características destas eleições expressando claramente o perfil de um Jornalismo Cívico e/ou Jornalismo Comunitário, e que tem como objetivo apresentar as funções dos cargos majoritários e proporcionais.

Após o preenchimento das planilhas referentes às matérias dos telejornais, transcrevemos as fitas mais significativas. No caso específico do radiojornalismo, todas as fitas cassetes foram transcritas para visualizar o conteúdo dos programas. Para catalogar e classificar as planilhas do telejornalismo e radiojornalismo optou-se por trabalhar com o programa estatístico SPSS – For Windows (Statistics Program for Social Science) que possibilita o levantamento de um grande número de dados estatísticos, bem como cruzamentos entre eles.

## **C - Eleições Municipais em 2000**

### **1) Conjuntura Política**

As eleições municipais de São Paulo após a redemocratização têm sido marcadas por um alto grau de competitividade entre dois espectros políticos-ideológicos bem distintos: o malufismo e o petismo.

---

<sup>5</sup> O relatório contemplou a análise dos seguintes temas e subtemas: Administração e Políticas Públicas: Desemprego e salário – 29 matérias; Finanças – 23 matérias; Saúde – 21 matérias; Educação – 42 matérias; Políticas de segurança – 84 (violência e crimes + sistema penitenciário + Febem + política de segurança); Campanha Eleitoral: Pesquisa Eleitoral – 161 matérias; Debate Político – 63 matérias; Entrevistas com candidatos – 44 matérias; Resultados – 55 matérias; Perspectivas Eleitorais – 55 matérias; Candidatos: Alianças – 23 matérias; Apoios – 48 matérias; Programa de Governo – 32 matérias; Agenda do Candidato – 173 matérias; Outros: Governo Covas e Alekmin – 30 matérias.

Traçar uma breve história política do processo eleitoral paulistano desde 1988, com ênfase para as disputas entre essas duas forças políticas é fundamental para compreender as eleições de 2000.

Para tanto, inicialmente, será destacado um perfil do PPB, partido que abriga o chamado malufismo, bem como a biografia pessoal de Paulo Maluf. Também destacaremos, de maneira breve, a evolução histórica do Partido dos Trabalhadores desde sua fundação.

Num outro bloco, daremos destaque às eleições municipais de 1988, 1992, 1996, e maior ênfase às do ano 2000. Discutiremos as articulações políticas, o ambiente eleitoral e os resultados de cada uma das eleições, tanto no primeiro quanto no segundo turno.

## **O PPB e o PT: Uma Breve Trajetória de suas Histórias Políticas**

### **PPB**

Logo após o Golpe de Estado de 1964, o regime militar brasileiro acabou com o pluripartidarismo e obrigou a implementação do sistema bipartidário. Com isso, foram autorizados a funcionar dois novos partidos: a Aliança Renovadora Nacional – Arena, partido que abrigou os adeptos do governo de exceção, e o Movimento Democrático Brasileiro – MDB, legenda política que acabou aglutinando todos os setores de oposição ao autoritarismo.

Com a abertura política iniciada em 1979, a Arena e o MDB foram extintos, dando lugar a um novo sistema partidário. A maioria dos membros da legenda que dava apoio político aos militares fundou o Partido Democrático Social (PDS). O PDS sobreviveu até 1993, ano em que se juntou a alguns pequenos partidos, de existência efêmera, como o Partido Democrata Cristão (PDC) e o Partido Trabalhista Renovador (PTR), para fundar o Partido Progressista Reformador (PPR). Dois anos depois, em 1995, o PPR deixou de existir após se fundir com o Partido Popular (PP) e o Partido Social Trabalhista (PST), dando origem ao atual Partido Progressista Brasileiro (PPB), a legenda partidária que atualmente dá abrigo político para Paulo Maluf e seus principais aliados.

## **A Biografia Política de Paulo Maluf: do Regime Militar à Democracia**

A vida pública de Paulo Maluf se iniciou sem a legitimação do voto popular, mas com o beneplácito do Regime Militar. Seu primeiro cargo político foi o de presidente da Caixa Econômica Federal em 1967. Dois anos depois, assumiu, por meio de eleição indireta, o comando da prefeitura de São Paulo por indicação de apoiadores do Regime Militar. Com isso, ganhou a visibilidade pública necessária para se tornar uma nova liderança política na principal cidade do país.

No ano de 1971, deixou a prefeitura para assumir o cargo de secretário estadual dos Transportes, posto em que permaneceu até o ano de 1975. Disposto a alçar vôos políticos mais altos, em 1978 disputou a convenção que escolheria o candidato a governador do Estado de São Paulo pela Arena, partido ao qual estava filiado. Apesar de ser considerado uma grande zebra, acabou derrotando o ex-governador Laudo Natel, que contava com maior simpatia dos militares.

Como era membro da Arena, a vitória na convenção o transformou automaticamente no novo governador de São Paulo. Maluf ficou à frente do governo paulista entre os anos de 1979 e 1982.

Com o retorno das eleições diretas para os governos estaduais no ano de 1982, Maluf concorreu ao mandato de deputado federal pelo PDS e foi eleito com 672.729 votos, até então a maior votação para a Câmara Federal registrada na história da política nacional. Logo após, iniciou uma série de derrotas eleitorais nas disputas para cargos do Poder Executivo. Paulo Maluf foi conduzido uma única vez para um cargo executivo pelo voto popular: em 1992, quando se tornou prefeito da cidade de São Paulo. Daremos mais destaque às eleições para a prefeitura de São Paulo na seção seguinte.

## **PT**

Criado no início da década de 1980, o PT foi fundado por sindicalistas, intelectuais e líderes de movimentos sociais de diversas naturezas, com destaque para aqueles vinculados à chamada ala progressista da Igreja Católica – boa parte desses líderes não tinha experiência de militância em partido político.

Também ingressaram no PT um número significativo de militantes de esquerda que se abrigou no MDB durante o bipartidarismo. O PT também acabou se tornando uma alternativa para ex-comunistas que não se identificavam mais com o Partido Comunista Brasileiro (PCB).

Com isso, pode se afirmar que o PT nasceu do lado de fora das estruturas políticas convencionais, pois tradicionalmente a maioria das agremiações partidárias surge dos movimentos internos ao parlamento ou ao executivo. Sua importância na arena política nacional amplia-se lentamente, eleição por eleição.

Em 1982, disputou sua primeira eleição e conquistou a prefeitura de Diadema, município da Região Metropolitana de São Paulo. Em 1985, assumiu a prefeitura de Fortaleza (CE), e em 1988 conquistou importantes capitais como São Paulo, Porto Alegre (RS), Vitória (ES), Belo Horizonte (MG) e Rio Branco (AC).

Os primeiros governos estaduais foram conquistados no ano de 1994 com as eleições de Vítor Buaiz, no Espírito Santo, e de Cristovam Buarque, no Distrito Federal. Em 1998, o partido assumiu a administração dos estados do Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul e Acre. Nas eleições de 2000, manteve-se à frente da prefeitura de Porto Alegre pela quarta vez consecutiva e voltou a governar a cidade de São Paulo, além de conquistar outras importantes capitais como Goiânia (GO), Recife (PE) e Aracajú (SE).

### **Entre o Malufismo e o Petismo: As Eleições para Prefeito de São Paulo (1988 – 2000)**

Desde 1988, os eleitores da cidade de São Paulo protagonizam uma intensa polarização política entre o malufismo e o petismo, inicialmente marcada pelo histórico embate político entre os candidatos Fernando Henrique Cardoso, do PMDB, e Jânio da Silva Quadros, do PTB, ocorrido em 1985. Este pleito marcou o retorno das eleições diretas para as prefeituras das capitais e surpreendeu por ter conduzido Jânio Quadros à prefeitura da capital paulista vinte e quatro anos depois de ter renunciado à presidência da República.

Reflexo disso são os grandes partidos do cenário político nacional, PSDB, PFL e PMDB, terem sido apenas coadjuvantes nas disputas pela prefeitura paulistana. Verifica-se que no decorrer das eleições de 1988, 1992, 1996 e 2000, o PT e o malufismo vêm se

alternando à frente da administração municipal, dividindo as angústias e paixões dos eleitores da cidade.

### **As Eleições de 1988 e o seu Ambiente Político**

No ano de 1988<sup>6</sup>, 14 candidatos se apresentaram para a disputa da prefeitura da cidade de São Paulo. Destes, inicialmente, apenas três apareciam com reais chances de vitória: Paulo Maluf, do PDS; João Leiva, do PMDB; em coligação com o PFL e o PSB; e José Serra, do PSDB, apoiado pelo PV, PSC e PCN. A candidata do PT, Luiza Erundina, aparecia com cerca de 1% das intenções de voto no início da sua campanha.

As pesquisas eleitorais realizadas entre os meses de agosto e outubro daquele ano apontavam para uma possível polarização entre os candidatos do PDS e do PMDB. Paulo Maluf chegou a cotar 40% das intenções de voto no mês de setembro. João Leiva, apoiado pela estrutura política do governo estadual, que era capitaneado por Orestes Quércia, quase alcançou Maluf durante o mês de outubro, mas acabou perdendo espaço em razão da repercussão negativa da repressão contra a greve dos professores da rede estadual, desencadeada por seu padrinho político.<sup>7</sup>

Enquanto o candidato do PSDB não conseguia superar a barreira dos 6% das intenções de voto, a candidata do PT crescia significativamente, ganhando novos eleitores e se colocando como uma real alternativa antimalufista. Na véspera da eleição, a candidata do PT já estava empatada tecnicamente com o seu principal adversário. Seu repentino crescimento na preferência dos eleitores acabou provocando a mobilização da militância petista, fato que contribuiu para sua vitória. De maneira inesperada para muitas pessoas, o Partido dos Trabalhadores acabou assumindo o comando da prefeitura da principal cidade do país.

---

<sup>6</sup> Vale lembrar que essa era a última eleição que ocorreria em um único turno. A Constituição Federal de 1988 instituiu as eleições em dois turnos para todos os colégios eleitorais que contassem com mais de 200 mil eleitores.

<sup>7</sup> Ver Cláudio Gonçalves Couto, *O desafio de ser governo: O PT na prefeitura de São Paulo*, p.116-119.

### Resultado final da eleição para prefeitura de São Paulo (1988)

Candidatos	Votos	(%)
Luiza Erundina (PT)	1.534.547	36,78
Paulo Maluf (PDS)	1.257.480	30,14
João Leiva (PMDB)	728.858	17,47
José Serra (PSDB)	287.340	6,89
João Melão (PL)	277.280	6,64
Demais candidatos	86.946	2,08
Total Válidos	4.172.451	100

Fonte: Cláudio Gonçalves Couto, *O desafio de ser governo: o PT na prefeitura de São Paulo*, p. 118-119.

Conforme podemos verificar na tabela, é revelador a concentração do eleitorado paulistano entre as candidaturas Luiza Erundina, do PT, e Paulo Maluf, do PDS. Ambos obtiveram conjuntamente 66,92% de todos os votos válidos. Na seção seguinte destacaremos o processo eleitoral de 1992.

### Eleições de 1992: O Petismo e o Malufismo se Enfrentam Novamente

Após três derrotas consecutivas em eleições majoritárias – para prefeito, presidente da República e para governador do Estado - , Paulo Maluf se lançou candidato a prefeito pelo PDS em coligação com o Partido Liberal (PL) e o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB).

O PT, que pretendia continuar à frente da administração da cidade, lançou a candidatura do senador Eduardo Suplicy, e contou com o apoio do Partido Comunista do Brasil (PCdoB), Partido Comunista Brasileiro (PCB) e do Partido Socialista Brasileiro (PSB).

O PSDB lançou o deputado federal Fábio Feldman com o apoio do Partido verde (PV). O PMDB indicou o deputado federal Aloysio Nunes Ferreira e teve o Partido Popular Socialista (PPS) como aliado. Essas foram as candidaturas mais competitivas apresentadas ao processo eleitoral.

Apesar da existência de quatro candidaturas com possibilidade de sucesso eleitoral, mais uma vez a disputa acabou polarizada entre o malufismo e o petismo. A prefeita Luiza Erundina, desgastada pelo fato de ter que administrar uma grande dívida pública deixada por seu antecessor, o que a impediu de concretizar algumas das principais propostas de campanha, acabou não tendo o prestígio político suficiente para colocar a candidatura Suplicy em condições de suplantar a de Paulo Maluf.

Do lado malufista, a estratégia foi explorar os pontos mais vulneráveis da gestão do PT, como a manutenção das vias públicas da cidade, as multas de trânsito, o aumento do IPTU, as constantes brigas do PT com a administração Erundina, além do tema segurança pública, como se este último fizesse parte da agenda de trabalho de um prefeito.

Como a eleição foi realizada em dois turnos, o PT apostou todas as suas fichas no segundo turno, quando esperava tirar proveito do sentimento antimalufista e ampliar a base de apoio a Eduardo Suplicy.

#### **Votos válidos para o primeiro turno (1992)**

<b>Candidato</b>	<b>Votos</b>	<b>(%)</b>
Paulo Maluf (PDS)	2.036.776	48,85
Eduardo Suplicy (PT)	1.279.231	30,69
Aloysio Nunes Ferreira (PMDB)	537.930	12,91
Fábio Feldmann (PSDB)	243.097	5,83
Demais candidatos	72.446	1,72
<b>Total Válidos</b>	<b>4.169.480</b>	<b>100</b>

Fonte: TRE-SP

Podemos verificar que por menos de 1,5% dos votos válidos a eleição não foi decidida no primeiro turno em favor de Maluf. Nota-se também que cerca de 80% das pessoas que compareceram às urnas optaram pelas candidaturas de Maluf e Suplicy, reforçando a polarização que se iniciou na eleição de 1988.

A busca pela ampliação do leque de apoio político para a disputa do segundo turno acabou se transformando num grande problema para o PT. O PSDB e o PMDB, partidos

derrotados no primeiro turno, não iriam declarar simpatia por Paulo Maluf, mas as dificuldades de relacionamento com a gestão Erundina também os afastava de Eduardo Suplicy. Dentre os vereadores desses dois partidos surgiram as mais ferrenhas manifestações de oposição ao governo petista.

Apesar de algumas das principais lideranças políticas do PSDB em São Paulo, como Franco Montoro, Mário Covas e José Serra, além do candidato derrotado Fábio Feldmann, terem acabado declarando apoio à candidatura Suplicy, os petistas afirmam que este apoio ficou apenas no gesto simbólico. A frente antimalufista, tão sonhada pelo PT, acabou não se concretizando. Não se conseguiu, como nas eleições anteriores, transformar Paulo Maluf no representante do “mal”.

Paulo Maluf acabou se elegendo prefeito da cidade de São Paulo com cerca de 58% da votação total, interrompendo as sucessivas derrotas eleitorais que vinha experimentando desde 1986 e iniciando, desta forma, uma nova etapa em sua vida política: a de um governante eleito pelo voto popular.

### **Eleições 1996: O Malufismo Ganha Prestígio Nacional**

Com altíssimos índices de aprovação em seu governo, o maior desafio de Maluf era escolher quem teria o perfil ideal para ser indicado pelo PPB como candidato à sucessão municipal.<sup>8</sup> Para atingir tal prestígio político, o prefeito além de imprimir sua tradicional marca de “fazedor de obras”, também se voltou para a área social por meio de ações nas áreas de saúde e habitação.<sup>9</sup> Com isso, buscou se livrar da imagem de ser um governante despreocupado com as políticas sociais, fato que seus opositores sempre tentavam utilizar para desgastá-lo eleitoralmente (vale destacar que, diferentemente de seu antecessor, Maluf se beneficiou de ter herdado uma prefeitura com finanças saneadas). Nomes tradicionais do malufismo, como Reynaldo de Barros e Cunha Bueno reivindicavam o direito de serem indicados à sucessão municipal. Porém, a estratégia de Maluf era construir a imagem de “político moderno” para chegar mais fortalecido na disputa pelo governo estadual em 1998. Todo esse esforço tinha o objetivo de livrá-lo das marcas de um político que, além de ser

---

<sup>8</sup> A possibilidade de reeleição para cargos do Executivo só passou a valer a partir de 1998.

<sup>9</sup> O Programa de Assistência à Saúde (PAS) e a Política habitacional denominada de Projeto Cingapura, foram as principais marcas da gestão Maluf.

qualificado pelos adversários como pouco zeloso com a coisa pública, ainda estava muito vinculado ao Regime Militar.

Nesse contexto, a escolha de seu sucessor não poderia recair sobre alguém ligado ao “velho malufismo”. Com isso, o secretário municipal de Finanças, Celso Pitta, desconhecido dos meios políticos de São Paulo, foi indicado como o candidato do PPB pelo próprio Paulo Maluf.

Nas hostes petista, dois pré-candidatos disputaram as prévias para as eleições municipais: o deputado Aloizio Mercadante e a ex-prefeita Luiza Erundina. Mercadante era apoiado pelas direções municipal, estadual e nacional, e Erundina por representantes dos movimentos populares fora da máquina partidária. Mesmo ao lado dos principais dirigentes do partido, Mercadante foi derrotado por Luiza Erundina e se tornou vice em sua chapa.

Os outros candidatos com chances de vitória inscritos no processo eleitoral de 1996 foram José Serra, do PSDB, e Francisco Rossi, do PDT. O PFL indicou o vice de Celso Pitta e o PMDB lançou José Aristodemo Pinotti, um candidato de pouca projeção política na cidade.

Antes de o PPB definir o nome de Celso Pitta como seu candidato a prefeito, Luiza Erundina e Francisco Rossi apareciam, respectivamente, como líderes nas pesquisas de intenção de voto. Para alavancar a candidatura Pitta, os marketeiros de sua campanha destinaram um espaço privilegiado para o seu padrinho político, Maluf, tanto nos programas eleitorais de rádio quanto nos de televisão. Maluf pedia aos eleitores que votassem em Celso Pitta para que as grandes obras e as “políticas sociais”<sup>10</sup> em andamento não sofressem interrupções.

Essa estratégia surtiu efeito imediato. No final do mês de agosto, Pitta já havia assumido o segundo lugar nas pesquisas de intenção de voto, ultrapassando Rossi. No mês de setembro suplantou a candidata do PT e se colocou em condições de tentar decidir as eleições ainda no primeiro turno.

A estratégia malufista funcionou de tal modo que o percentual de votos destinados a Celso Pitta, no primeiro turno, foi rigorosamente igual ao obtido por Paulo Maluf nas eleições de 1992. Os candidatos do PDS e do PT obtiveram juntos cerca de 73% dos votos

---

<sup>10</sup> Uma grande propaganda em torno do projeto Cingapura e do PAS fizeram parte da estratégia de vincular a imagem de Maluf a de um político preocupado com causas sociais.

válidos, mantendo assim a mesma polarização política iniciada no ano de 1998. destaca-se também o fato de que por pouco menos de 2% dos votos válidos, Celso Pitta não venceu a eleição já no primeiro turno.

O segundo turno ficou marcado pelas dificuldades do PT em reverter a tendência de vitória de Celso Pitta. O malufismo havia conseguido imprimir uma nova imagem; diminuindo sua rejeição, o que dificultou a conquista de novos apoios para a candidata Luiza Erundina. O PPB já fazia parte da base de sustentação de Fernando Henrique Cardoso, e Maluf era o presidente nacional do partido e peça-chave nas negociações de interesses do Governo Federal.

Assim, o PT não conseguiu ampliar seu leque de apoio político e acabou recebendo apenas declarações simbólicas de lideranças políticas do PSDB, como José Serra, Franco Montoro e Mário Covas.

Apesar de Erundina ter ampliado seu desempenho eleitoral em quase 14%, se comparado ao obtido no primeiro turno, isso não foi suficiente para impedir a vitória do candidato do PPB. Pitta, por sua vez, conseguiu um desempenho de cerca de 5% acima do obtido por seu padrinho político no segundo turno de 1992, o que representa uma ampliação da base eleitoral malufista.

Além de herdar uma enorme dívida deixada por seu padrinho político, Pitta também se envolveu em denúncias de corrupção e viu sua base de sustentação política se fragmentar após a realização de CPIs que resultaram na cassação de vereadores aliados. Com isso, sofreu grande desgaste político e se afastou, pelo menos publicamente, de Maluf, colocando em risco o futuro do seu padrinho na disputa pela sucessão municipal em 2000. na seção seguinte problematizaremos esse processo eleitoral.

## **Eleições de 2000: O Retorno do Confronto e a Vitória do PT**

### **A Volta do Antimalufismo**

As eleições realizadas no ano de 2000 ocorreram num contexto político específico e pouco peculiar. O fato novo foi o isolamento político do malufismo e o surgimento de

novas coligações em decorrência da debandada dos partidos tradicionalmente aliados ao PPB: o PFL, o PTB e o PL.

O fracasso do projeto de Maluf em se tornar governador do estado em 1998 e os escândalos ocorridos na gestão de Celso Pitta fizeram com que o velho sentimento antimalufista voltasse renovado e com mais vigor.

Apoiar Fernando Henrique Cardoso para a presidência da República no ano de 1998, após o PPB desempenhar um papel importantíssimo para a aprovação da emenda da reeleição, não significou nenhum capital político futuro para Maluf. Fica a impressão de ter havido uma maior complacência do Governo Federal com o malufismo enquanto o seu maior líder foi importante na aproximação do PPB com o Planalto<sup>11</sup>. Nem Maluf, nem seu afilhado político conseguiram que o Planalto tomasse qualquer iniciativa na direção de poupá-los das conseqüências de todas as denúncias de corrupção.

A imprensa divulgava com detalhes todos os esquemas de corrupção que estavam sendo denunciados, e além disso, as vidas privadas de Maluf e Celso Pitta vieram a público por meio de fatos que anteriormente os próprios meios de comunicação negligenciavam ou evitavam tocar.

Com a derrota de Paulo Maluf nas eleições para o governo estadual em 1998, Pitta se viu ainda mais enfraquecido e passou a ser acuado pelas denúncias de corrupção desencadeadas pela oposição (notadamente os parlamentares do PT). Foi investigado pelo Ministério Público e abandonado pela maior parte dos vereadores que faziam parte de sua base de sustentação e que buscavam não se contaminar pelo desgaste político que também tomou conta dos aliados do prefeito.<sup>12</sup>

A decadência política do prefeito Pitta acabou atingindo diretamente o seu padrinho político. Maluf havia firmado um compromisso público com o seu eleitor, solicitando que elegeisse Pitta pois não sofreria qualquer decepção, e se comprometeu mais ainda após pronunciar uma célebre frase no horário eleitoral: “*Se Pitta não for um bom prefeito nunca mais votem em mim*”.

---

<sup>11</sup> Ver Jornal do Brasil “*FH e Maluf acertam trégua até no segundo turno. Em troca de neutralidade do presidente em São Paulo, PPB participará da comissão que apreciará emenda da reeleição*”, Rio de Janeiro, 08 de outubro de 1996 p. 11

<sup>12</sup> Sobre os problemas de Celso Pitta com a Câmara Municipal, ver Vera Chaia e Marco Antônio Teixeira, *A máfia dos fiscais e as estrelas da cidadania*, 2000. Sobre o Ministério Público e o combate a corrupção em São Paulo, ver Rogério Bastos Arantes, *Ministério Público e corrupção política em São Paulo*, 2000.

Chamado publicamente para explicar essa frase e, de maneira constrangida, pedindo desculpas ao eleitor, Maluf passou a ser hostilizado de todos os modos: diretamente por meio de denúncias contra ele, seu filho, sua esposa e seus amigos; ou indiretamente por meio de exposição negativa do governo Pitta, sempre associado como um produto malufista.

Diante de tal desgaste político, recolher-se e não disputar as eleições municipais poderia representar um golpe fatal para o malufismo. Mas, ao mesmo tempo, o tamanho do desgaste era tão grande que concorrer e ter um desempenho eleitoral precário também poderia ser vexatório. A obstinação prevaleceu e Maluf optou por disputar as eleições para a prefeitura de São Paulo.

### **As Articulações Políticas e os Resultados Eleitorais**

Maluf tinha pela frente sua disputa eleitoral mais difícil e contava apenas com a estrutura política de seu partido, o PPB. Não conseguiu obter o apoio de outras legendas. Antigos aliados como o PTB, o PFL e o PL acabaram embarcando em outras candidaturas ou lançaram nomes próprios.

Esse foi o cenário político que provocou seu pior desempenho proporcional em uma eleição para prefeito da capital, apesar de ter passado para o segundo turno.

O Partido dos Trabalhadores já vinha trabalhando o nome de Marta Suplicy desde 1998, quando ela ficou em terceiro lugar na disputa das eleições estaduais, obtendo o melhor desempenho de seu partido em eleições para o governo do estado de São Paulo. Marta liderou todas as pesquisas de intenção desde que o seu nome foi levado a público pelo partido. Mesmo favorito para as eleições, o leque de apoio político do PT ficou restrito ao PCdoB, PCB e PMN.

Apesar de ter um histórico de desempenhos ruins as eleições para a prefeitura de São Paulo, o PSDB apostou alto ao lançar o nome do vice-governador Geraldo Alckmin. Com isso, investiu na imagem de ponderação do candidato para tentar colocá-lo como alternativa real ao malufismo e ao petismo.

Apoiado pelo PTB e pelo PV, Alckmin que ao início da campanha havia empacado nos 4% das intenções de voto, na reta final acabou ficando fora do segundo turno por

menos de 8.000 votos, ou seja, 0,14% aquém do desempenho obtido por Paulo Maluf. Esse foi o melhor resultado eleitoral do PSDB nas eleições para a prefeitura da capital desde que o partido foi fundado.

O PFL, que pela primeira vez na sua história lançou candidatura própria para a prefeitura de São Paulo, apostava fortemente no nome do senador Romeu Tuma, e tentava explorar a imagem pública de “xerife” como uma estratégia para convencer os eleitores que o pefelista era o nome mais adequado para combater a corrupção e também enfrentar o problema da violência na cidade. O PMDB, que indicou o vice de Tuma, pela primeira vez na sua história política não lançou candidatura própria para a prefeitura. Com o maior tempo da propaganda eleitoral, a candidatura de Tuma se apresentou com grandes possibilidades de disputar a segunda vaga para o turno final das eleições. No decorrer da campanha, a baixa presença política do PFL na capital e o pouco prestígio do PMDB acabaram pesando negativamente, faltando estrutura para que o candidato chegasse ao segundo turno.

O PSB não reeditou a tradicional coligação com o PT e lançou a ex-petista Luiza Erundina para a disputa. Obteve o apoio do PPS que indicou o deputado federal Emerson Kapaz para o posto de vice. A precária estrutura política do PSB e do PPS contribuiu para que Erundina declinasse na preferência dos eleitores e ficasse de fora da disputa direta por uma vaga no segundo turno.

#### **Resultado do primeiro turno eleições para a prefeitura de São Paulo 2000**

<b>Candidatos</b>	<b>Votos</b>	<b>(%)</b>
Marta Suplicy (PT)	2.105.013	38,13
Maluf (PPB)	960.581	17,40
Alckmin (PSDB)	952.890	17,26
Romeu Tuma (PFL)	632.658	11,46
Luiza Erundina (PSB)	546.766	9,90
Enéas (PRONA)	190.844	3,46
Demais candidatos	132.430	2,35
Votos Válidos	5.521.182	100

Fonte TRE-SP

Da tabela depreende-se que essas foram as eleições municipais mais competitivas da recente história paulistana. O resultado acabou trazendo de novo um segundo turno entre o PT e Paulo Maluf, com uma polarização na disputa pelo segundo lugar, fato que não havia ocorrido nos embates anteriores. Também destaca-se que essa foi a eleição em que o malufismo teve o seu pior desempenho proporcional e o PT, seu melhor resultado em eleições para prefeito da capital paulista.

Esse resultado não foi encarado como derrota para Maluf, muito pelo contrário. Colocado como fora do páreo desde o início pelos seus adversários e pela mídia, o desempenho de Paulo Maluf significou o seu “renascimento” político e um refazer de projetos para encarar novos embates eleitorais.

A articulação política para a ampliação de apoios no segundo turno, diferentemente das eleições anteriores, foi extremamente tranqüila para o PT. Sua candidata recebeu o apoio de praticamente todas as forças políticas importantes de São Paulo, inclusive do então governador Mário Covas. Por sua vez, Paulo Maluf não conseguiu romper o isolamento imposto por aquela conjuntura política.

#### **Resultados eleitorais do segundo turno**

<b>Candidatos</b>	<b>Votos</b>	<b>(%)</b>
Marta Suplicy (PT)	3.248.115	58,50
Paulo Maluf (PPB)	2.303.623	41,50
Total	5.551.738	100

Fonte: TRE-SP

## **Conclusão**

Pode-se afirmar que, rigorosamente, na cidade de São Paulo existem quatro grandes forças políticas: o malufismo, o petismo, o antimalufismo e o antipetismo. O malufismo está contido no antipetismo, assim como o petismo está contido no antimalufismo. Na teoria dos conjuntos, o bloco que está ao centro se presta às mais diversas intersecções, ao sabor da conjuntura. Em 1992, a maioria foi anti-PT; em 2000, a maioria foi anti-Maluf.

Nessa teoria dos conjuntos, o pior para Maluf e para o PT seria que o centro ganhasse autonomia e lhes arrancasse parcelas de seu capital. Mas a intensa polarização entre o PT e o malufismo acaba fazendo com que o eleitorado da capital se alterne entre ambos, não abrindo espaço para outras candidaturas mais ao centro.

Quanto aos partidos políticos que se somaram ao PT, destaca-se que desde 1988 não foi notada qualquer alteração no que se refere à classificação ideológica de seus aliados. Sempre foram os mesmos: PCdoB, PSB, PCB e PMN. A única diferença é que em 2000, o PSB lançou candidatura própria, mas apoiou a candidata petista no segundo turno.

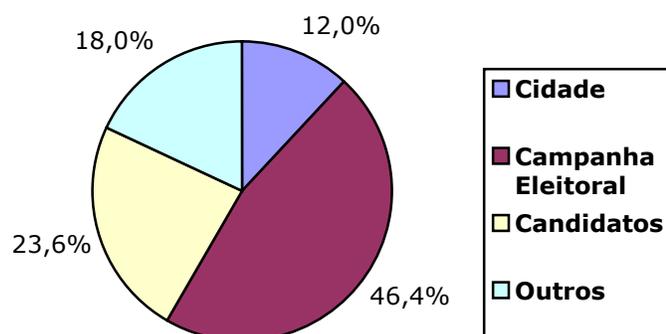
Quando nos referimos ao malufismo a situação se inverte. Estamos falando de uma personalidade da vida pública muito importante e que angariou o prestígio que antes era dedicado a outras lideranças populistas como Jânio Quadros e Adhemar de Barros. Seu partido (o PPB), no estado de São Paulo, tem mais prestígio na medida em que a imagem política de Maluf se mantém positiva. Pode-se afirmar que o PPB depende inteiramente do capital eleitoral de Maluf para continuar existindo como um grande partido em São Paulo. Prova disso é que no momento em que a imagem pública de seu principal líder se tornou bastante negativa, seus antigos aliados migraram para outras candidaturas, o que deixou o PPB isolado como força política na cidade de São Paulo.

Finalizando, é preciso destacar que a continuidade dessa polarização política está sobretudo na mão do eleitor e na capacidade dos partidos políticos de centro se apresentarem como alternativa de poder. Por enquanto, a história dos embates aqui representados demonstra que uma má administração do PT tem significado um imediato retorno de Paulo Maluf e de seu grupo político para a administração municipal de São Paulo. Em sentido contrário, um abalo na imagem malufista tem funcionado para colocar o PT como principal alternativa de poder na prefeitura de São Paulo.

## 2) Telejornalismo: temas e subtemas

Na pesquisa sobre a eleição municipal da cidade de São Paulo em 2000 foram analisados os telejornais locais. As notícias sobre as eleições foram separadas entre quatro grandes temas, cada um dividido em subtemas, conforme os gráficos abaixo:

### Temas



### Subtemas

Subtemas	Frequência
Desemprego	06
Transporte	16
Violência	11
Habitação	08
Enchente	06
Saneamento Básico	05
Buracos	05
Poluição Visual	09
Lixo	03
Saúde	16

Educação	13
Comércio Informal	10
Segurança	10
Cultura	10
Pesquisa Eleitoral	98
Debate Político	95
Entrevistas	38
Agenda do Candidato	99
Resultados Eleitorais	30
Horário Eleitoral	34
Perspectivas	07
Alianças	29
Apoio	83
Confrontos/Ataques	65
Programa de Governo	11
Cotidiano	10
Declarações	47
Utilidade Pública	60
Administração Pitta	07
Sociedade Civil	30
Legislação Eleitoral	11

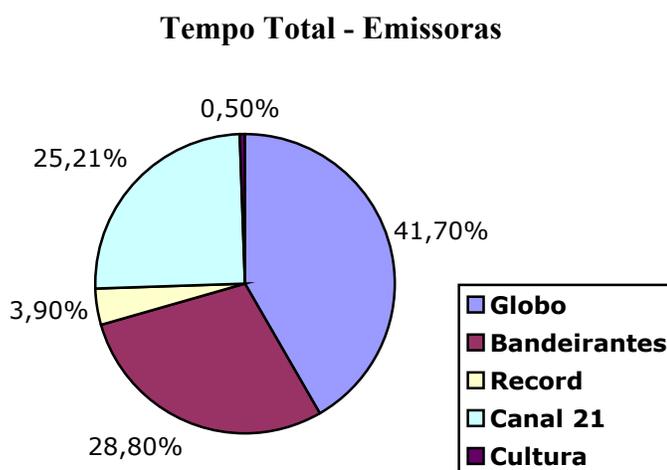
- Cidade
- Campanha Eleitoral
- Candidatos
- Outros

Entre os conjuntos de temas, ganha destaque o intitulado Campanha Eleitoral, que chegou quase à metade dos casos tratados. O maior número de notícias – 99 - foi Agenda dos Candidatos, seguida por Pesquisa Eleitoral, com 98 notícias, e Debate Político, com 95. O segundo tema mais tratado foi Candidatos, no qual notícias sobre Apoios, com 83 casos, e Confrontos/Ataques, com 65, se destacaram. Depois, coloca-se o tema Outros, no qual o subtema Utilidade Pública obteve 60 notícias. Em quarto e último lugar ficou o tema

Cidades, com realce para os subtemas Transporte e Saúde, com 16 notícias, seguidos por Educação, com 13, Violência, com 11, e Comércio Informal, Segurança e Cultura e Lazer, com 10 cada.

No período analisado, vê-se que há, relativamente, uma acentuada diminuição da quantidade de notícias a respeito dos assuntos voltados aos problemas mais básicos da população, em especial de mais baixa renda e da periferia, como habitação, saneamento, transporte e educação. E ganha destaque a eleição, tratada, no entanto, na perspectiva da chamada “corrida de cavalos”: quem subiu ou desceu alguns pontos nas pesquisas de intenção de voto. Têm destaque ainda o bate-boca e as agressões entre os candidatos, que fornecem um grau acentuado de espetacularização da notícia – o que pode alavancar audiências, mas não contribui para a elevação da cultura política. Este deslocamento para o menos importante fica explicitado pelo também pequeno número de notícias sobre os programas de governo dos candidatos: apenas 11 em todos os telejornais do período analisado.

Também é válido observar a dedicação de cada emissora aos temas abordados. O próximo gráfico expressa como foi dividido o tempo total de acompanhamento dos telejornais, independentemente dos temas e subtemas. No total, o tempo foi de 24h14m32s, assim dividido entre as emissoras:

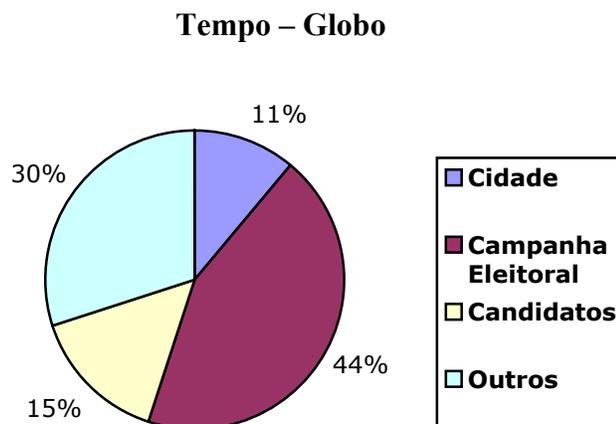


Vale lembrar que a Rede Globo foi responsável por mais telejornais que as demais, o que pode explicar o maior tempo de sua cobertura. Se compararmos a

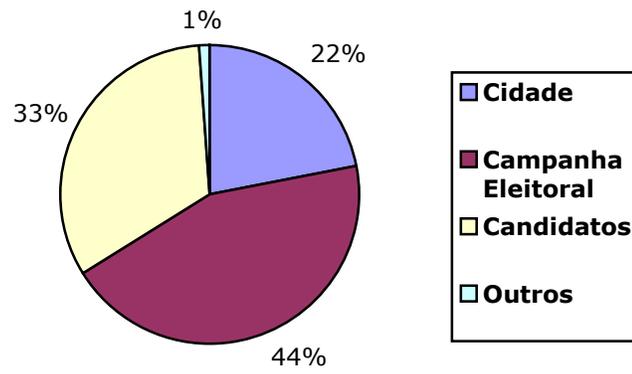
porcentagem do tempo com a porcentagem do número absoluto de matérias, veremos que as proporções se mantêm, com pequenas variações, como revela a tabela a seguir:

	<b>Tempo</b>	<b>Nº de Matérias</b>
Globo	41,7%	43,5%
Bandeirantes	28,8%	25,5%
Record	3,9%	6,5%
Canal 21	25,1%	23,9%
Cultura	0,5%	0,7%

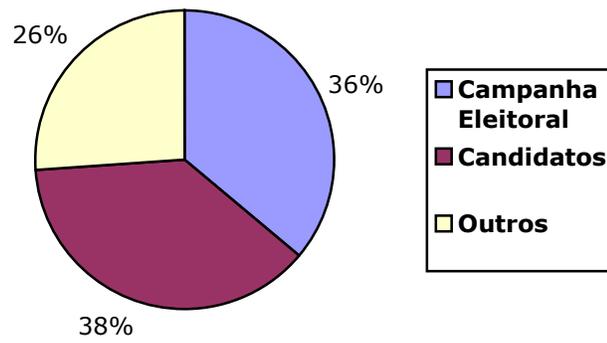
Quanto à abordagem dada a cada tema, as emissoras se diferenciaram da seguinte forma:



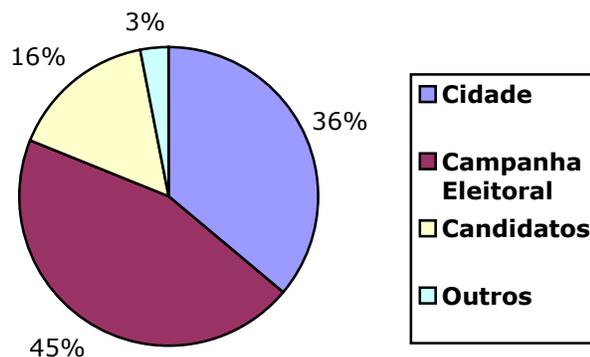
### Tempo - Bandeirantes



### Tempo - Record



### Tempo – Canal 21



A TV Cultura dedicou tempo somente ao tema Campanha Eleitoral. A pequena cobertura dessa emissora (total de 7m21s) explica-se pela ausência de telejornais locais durante o período estudado.

#### a) A Cidade de São Paulo

Entendemos por cidade não apenas o espaço físico, mas também a presença ou ausência dos serviços públicos prestados e a relação entre as instituições e os habitantes da urbe e suas condições de vida. Assim, os subtemas escolhidos para classificação de Cidade visavam, a partir das abordagens nos telejornais estudados, produzir um conceito mais amplo de cidade que o simples espaço físico. Com isso justificamos a presença de subtemas como Desemprego e Educação, que dizem respeito às condições dos cidadãos, e que expressam a sua relação com a cidade.

As matérias que trataram o tema Cidades foram classificadas em catorze subtemas e suas abordagens analisadas de acordo com as categorias de enquadramento utilizadas como metodologia qualitativa. Uma percepção quantitativa do acompanhamento dos telejornais estudados sobre esses subtemas também será relevante.

Os temas e subtemas foram selecionados a partir de uma prévia análise dos telejornais, portanto, não são aleatórios.

Em um total de 573 matérias, apenas 69 corresponderam ao tema Cidades, o equivalente a 12%. Dessas 69, apenas cinco foram ao ar no segundo turno da eleição. Isso quer dizer que o enfoque dado aos problemas da cidade ficou concentrado no primeiro turno da eleição, quando concorriam todos os candidatos.

No primeiro turno da eleição, a postura de cobrança da mídia sobre a cidade foi mais marcante que no segundo turno. Pode-se perceber isso pela quantidade de vezes que a categoria de enquadramento Avaliativa apareceu em ambos os períodos. A postura do apresentador foi enquadrada 13 vezes nesta categoria, sendo que 12 delas no primeiro turno. O mesmo não aconteceu com o tema Candidatos e Campanha Eleitoral. No tema Outros, que compreende os subtemas Legislação Eleitoral; Sociedade Civil; Administração Pitta e Utilidade Pública, também ocorreu o mesmo; a postura avaliativa do apresentador ficou muito mais concentrada no primeiro turno. Isto significa que os telejornais locais, durante o período inicial da campanha, preocuparam-se em preparar o eleitorado para o escrutínio, mas de forma politizada. Como exemplo, separamos uma reportagem especial de Cidade que a Rede Bandeirantes levou ao ar no dia 11 de setembro, às 19 horas:

**Regina Monteiro** - “urbanista do movimento Defenda São Paulo - em depoimento: “São Paulo é uma grande ‘gambiarra’! (...) Vai administrador, volta administrador... e cada um faz o que bem entende, aquilo que consegue chegar pessoalmente nos seus eleitores”.

“Plano Diretor é a grande regra que a gente deveria seguir na cidade de São Paulo, ou seja, todos os administradores deveriam seguir essas regras”

Voz de fundo - “Parece que não é só a população que não sabe o que é plano diretor...”

**Maria Cristina Leme - especialista em planejamento urbano / USP** – em depoimento: “Planejamento é política”.

Voz de fundo - “São Paulo é moderna, ágil, tecnológica, avançada... mas na zona norte, sul, de leste a oeste, ainda tem gente sem água, sem luz, sem asfalto”.

Os trechos foram editados para o telespectador saber que os problemas de planejamento da cidade são problemas políticos, ou melhor, são resultado da incompetência do trabalho dos gestores. Ao final da matéria, o apresentador ainda comenta:

**José Paulo de Andrade** - “Amanhã você vai ver que, por falta de uma política de planejamento de pavimentação, aparecem por dia 1,5 mil novos buracos na cidade”.

No que tange aos problemas da cidade, os telejornais preocuparam-se em mostrar a decadência do urbanismo e dos serviços, em matérias longas e bem produzidas. Todas as matérias sobre cidades que se enquadraram em Avaliativas foram veiculadas no primeiro turno, o que possibilitou uma postura avaliativa do apresentador antes ou depois das matérias.

Esse dado é especialmente importante para se entender a forma como a cidade foi abordada pela mídia televisiva. Como no primeiro turno houve cobrança de resolução e levantamento dos problemas da cidade, no segundo houve cobrança direta e indireta dos candidatos, na intenção de mostrar ao eleitorado as soluções de cada um dos concorrentes para os problemas levantados durante a primeira etapa do pleito.

Alguns telejornais fizeram valer a idéia da mídia como quarto poder, cobrando direta ou indiretamente os candidatos. Um exemplo claro dessa postura fiscal foram as entrevistas feitas em estúdio com os candidatos, como esse trecho da entrevista feita com Marta Suplicy logo após a apuração dos votos do primeiro turno da eleição, que foi ao ar às 12 horas:

**Voz de Chico Pinheiro** (imagens aéreas da cidade) - “(...) Enquanto todo mundo ficava de olho na disputa pela prefeitura, a apuração construía lentamente uma importante e saudável renovação da Câmara Municipal da capital, o que não deixa de ser uma ótima notícia nesse começo de semana. E pra isso, pra falar de renovação, do poder do voto, do futuro da Grande São Paulo, que o SPTV está no ar!”.

**Chico Pinheiro** - “A senhora proporia, se eleita, um fórum de debates na Grande São Paulo pra valer, para discutir, por exemplo, segurança pública? Pra discutir emprego e transporte? Não dá pra pensar em transporte em São Paulo sem pensar em Osasco, Guarulhos...”.

**Marta** - “Mais do que isso. As discussões têm de ser comuns, inclusive as questões das enchentes é uma questão que tem de ser resolvida junto com os municípios vizinhos. E nós vamos fazer! É uma pena que isso nunca tenha sido feito, porque São Paulo já era pra estar em outro patamar de resolução dos problemas, se os prefeitos tivessem tido essas conversas, esses acertos...”.

**Chico Pinheiro** (interrompendo) - “Ótima proposta. O SPTV já deixa essa proposta para os dois candidatos... é quase um desafio! A criação de um fórum da Grande São Paulo de discussão dos grandes problemas. A gente quer até acompanhar e, quem sabe, a gente possa fazer essa primeira reunião aqui no SPTV, que é um jornal comunitário da Grande São Paulo”.

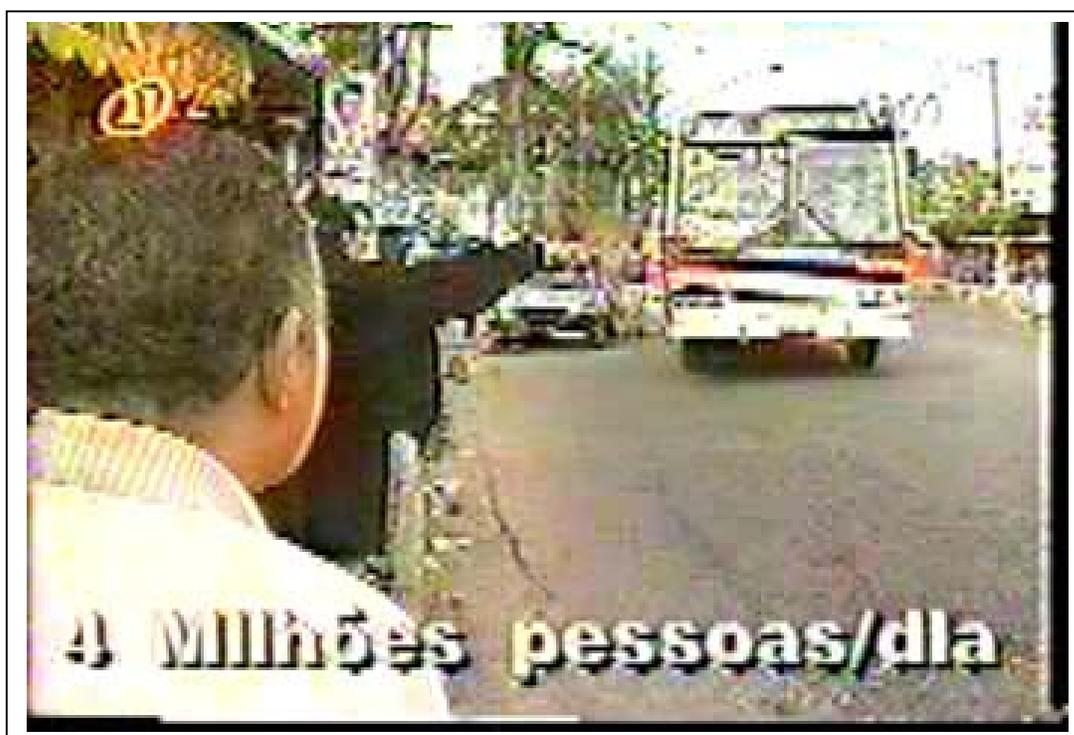
O apresentador não hesitou em emitir sua opinião própria sobre os assuntos públicos e assumiu claramente a tarefa de cobrar do futuro prefeito, independentemente do resultado final do pleito. O jornalismo comunitário, como o próprio apresentador denominou, tomou para si a responsabilidade de forçar uma postura ética do prefeito eleito, invertendo os papéis de representação. Para quem assistiu sua postura avaliativa ficou a impressão de que o verdadeiro representante da população é a mídia, porque ela cobra as resoluções dos problemas da cidade.

Para uma análise mais detalhada da cobertura dos telejornais, abordaremos os subtemas de Cidade, para saber como cada um especificamente foi enquadrado. Vale lembrar que, de acordo com a metodologia adotada para a pesquisa, uma matéria pode receber mais de um enquadramento. É importante para a análise verificar que um receptor, ao assistir uma matéria sobre a cidade, tenha recebido posturas diferentes sobre o tema em questão. Não importa que uma postura sobre determinada matéria seja, na maior parte de sua duração, Plural Aberta, por exemplo, e apenas em um tempo suprimido tenha havido um comentário avaliativo. Esse comentário pode ou não ser decisivo para a formação de sua opinião, o que somente seria possível abstrair através de um estudo de recepção.

O cruzamento dos subtemas com o enquadramento dado às imagens nos permite algumas observações. Os subtemas que mais tiveram imagens de apoio foram: Transporte, Saúde, Segurança e Violência. Esses dois últimos, em boa parte dos casos aparecem juntos. Educação, Habitação e Poluição Visual também merecem destaque. Todos os subtemas de Cidade foram abordados durante o primeiro turno. No segundo turno, alguns temas não ganharam atenção: Cultura e Lazer; Desemprego; Habitação; Poluição Visual e Lixo.

Os gráficos e diagramas estão presentes em sua maioria no primeiro turno e o subtema que merece destaque nesse enquadramento é Transporte, com 6 reportagens no primeiro turno. Apenas três reportagens do segundo turno apresentaram gráficos e diagramas, cujos subtemas foram Violência, Saúde e Educação. Esse recurso imprime ao tema uma veracidade matemática, por isso, é relevante.

A seguir, uma imagem congelada de uma reportagem sobre transportes que foi ao ar pelo Canal 21 no dia 24 de agosto. Nela são usados números em movimentos para ressaltar os dados divulgados pelo narrador. **(link 2000 - Jornal SP)**



Das matérias sobre cidades, 86,1% tiveram imagens de apoio. Apenas uma matéria de Transporte, no primeiro turno, teve ilustração e/ou animação. Gráficos e diagramas apareceram em 13,2%, mostrando a necessidade da mídia televisiva de inserir imagens como forma de dar credibilidade à matéria. Essa tendência não diz respeito apenas ao tema Cidade, mas também aos outros temas. De maneira geral, das 573 reportagens analisadas no período, as imagens de apoio aparecem em 77,4%. Apenas 9,2% das matérias não tinham nenhuma imagem, tendo a informação sido transmitida apenas pelo apresentador. Vale

lembrar que, na maioria desses casos em que não houve imagens de apoio ou gráficos ou ilustrações, tratou-se de entrevistas com os candidatos em estúdio. Essas porcentagens, de turno para turno, variam pouco, não merecendo destaque.

No que diz respeito ao enquadramento do apresentador, em 73,5% das informações houve uma postura informativa. Isso não quer dizer que o apresentador também não tenha uma outra postura. Por exemplo, ele pode ter dado uma informação imparcial, gerado uma matéria externa e, depois, emitido sua opinião particular. Esses casos, no entanto, não são muitos.

A porcentagem do enquadramento do apresentador varia um pouco do primeiro turno para o segundo turno. No primeiro, as matérias enquadradas como Informativas correspondem a 85,5% dos casos, no segundo, esse número cai para 61,5%. Os números correspondentes aos demais enquadramentos são praticamente os mesmos, se tomarmos o período eleitoral por inteiro. No entanto, esses números variam bastante do primeiro para o segundo turno:

	<b>1º turno</b>	<b>2º turno</b>
Interpretativa	4,6	18,9
Interpretativa Indireta	2,8	22,7
Avaliativa	11,3	15,7
Informativa	85,5	61,5

Pela tabela podemos verificar que, no primeiro turno, os apresentadores tiveram uma postura mais avaliativa que interpretativa, sejam interpretações diretas ou indiretas. Se somarmos as categorias Interpretativa e Interpretativa Indireta, teremos no primeiro turno um número inferior ao de posturas avaliativas e, no segundo, um número superior.

Se, no primeiro turno, somarmos as categorias avaliativa e informativa, teremos um número muito mais elevado que a soma de interpretativa e interpretativa indireta. Isso significa que os apresentadores, durante essa fase da campanha eleitoral, divulgaram

poucas notícias com interpretações. No segundo turno, as interpretações foram muito mais freqüentes, totalizando 41,6%.

Esses dados acima dizem respeito ao enquadramento dos candidatos em relação a todas as matérias. Podemos fazer uma comparação com os enquadramentos específicos do tema Cidade. Cerca de metade das posturas dos apresentadores sobre as reportagens de cidades foi informativa. Quase não houve variação do primeiro para o segundo turno, nesse enquadramento. As variações significativas são as seguintes:

	1º turno	2º turno
Interpretativa	15,5	5,6
Interpretativa Indireta	2,7	37
Avaliativa	28,2	7,4

Os apresentadores, durante o primeiro turno, interpretaram as notícias cerca de três vezes mais do que no segundo turno. Apresentaram interpretações indiretas em proporções de 2,7% no primeiro turno e 37% no segundo. As posturas avaliativas diminuíram do primeiro (28,2%) para o segundo turno (7,4%).

Uma postura avaliativa do apresentador pode ser vista neste comentário realizado após uma reportagem especial sobre saúde, veiculada no dia 6 de setembro:

**Apresentador** - “Você viu aí um entrevistado perguntando – O que é feito com o dinheiro dos impostos pagos pelo cidadão? Cadê o dinheiro?”

O apresentador avalia como correta a prestação de contas das verbas públicas e cobra as autoridades competentes de forma direta. Uma postura diferente e predominante no segundo turno da eleição foi a interpretativa indireta e pode ser verificada em reportagem que foi ao ar no dia 2 de outubro:

**Apresentador** - “Você viu uma cobrança de uma moradora da Ilha do Bororé. Tem outra! Cobrança dos moradores do bairro de Engenheiro de Marsilac, também na região sul de São Paulo. A região foi muito discutida entre os candidatos no último debate promovido pelo Canal 21 e pela Rede Bandeirantes. Agora os moradores esperam que tanta discussão não fique apenas no debate...”.

Após o comentário, segue uma matéria especial sobre problemas do bairro e termina com um depoimento de uma moradora que diz esperar não ser esquecida pelos políticos depois das eleições, ao que o apresentador completa:

**Apresentador** - “É o que os moradores pedem nas diversas regiões de São Paulo, ou talvez, em toda a cidade de São Paulo”.

O apresentador do *Jornal São Paulo*, do Canal 21, por meio da interpretação dos moradores do bairro em questão, ofereceu um único ponto de vista aos telespectadores. Essa postura, além de permitir que o jornal isente-se de qualquer responsabilidade sobre o tema tratado, funciona como um argumento e não apenas como uma informação. Muitas vezes, as interpretações fornecidas foram atribuídas a especialistas que, somadas às imagens, adquirem um grau de veracidade incontestável.

O enquadramento da matéria varia bastante de um turno para outro. Analisando o período por inteiro, incluindo todos os temas, 25,9% das matérias foram ao ar apresentando apenas uma interpretação. A esse enquadramento Restrito, cabem 17,5% ao primeiro turno do pleito e 33% ao segundo, o que reflete a ausência de opções ao receptor da informação.

As matérias episódicas, ou seja, que não sugeriam nenhum tipo de interpretação e apenas noticiavam o fato da forma mais imparcial possível, corresponderam, no total de matérias analisadas, a 33,2%. Para esse enquadramento, as porcentagens variaram bastante de turno para turno – o que correspondia a 50,4%, no primeiro turno, passou para 17% no segundo.

As matérias que apresentaram um caráter avaliativo representaram 14,6% do total estudado, tendo ocorrido um aumento de 5% no segundo turno em relação ao primeiro. As matérias enquadradas como avaliativas e restritas podem ser interpretadas como mais

tendenciosas que as demais, pois, além de oferecerem um número restrito de interpretações sobre determinado fato, sujeitam o telespectador a opiniões particulares que, na televisão, muitas vezes adquirem a qualidade de verdade absoluta. Elas, somadas, correspondem a 40,5% das matérias veiculadas no período eleitoral.

As matérias contidas no enquadramento Plural Fechado não tiveram variação significativa de turno para turno e corresponderam a 6,6% do total. As enquadradas como plural abertas, ou seja, as que apresentaram mais de uma interpretação sobre o fato noticiado sem que uma fosse classificada como mais importante, corresponderam a 25% das matérias, e variaram de 17,5% para 32,6% do primeiro para o segundo turno. Isso quer dizer que, na segunda fase da eleição, os telejornais ofereceram ao telespectador mais pontos de vista sobre o mesmo fato, sem estar claramente direcionados.

Com os dados sobre o enquadramento das matérias de forma geral, incluindo os quatro temas estudados, podemos passar para a análise do tema Cidade de forma comparativa.

A maioria das matérias de Cidade foi enquadrada em Plural Aberta (39,1%), mas é relevante dizer que 33,1% foram avaliativas. Nenhuma das matérias vinculadas na segunda etapa da campanha recebeu o enquadramento episódico.

Apenas dois subtemas foram abordados por matérias restritas no primeiro turno – Transporte e Poluição Visual – o que representou apenas 3,2%. Esse número subiu para 29,7% no segundo turno. É verdade que, como as matérias sobre cidades foram menos freqüentes no segundo turno, as porcentagens tenderam a serem maiores que na primeira etapa da campanha. No entanto, a porcentagem é relevante mesmo assim, pois significa que, naquele período eleitoral, de todas as abordagens sobre a cidade feita pelos telejornais locais, 29,7% dos casos receberam um enfoque restrito.

Um exemplo desse enquadramento está na matéria feita pela Rede Bandeirantes para o jornal Band Cidade do dia 3 de outubro, veiculado às 19h:

**Voz de fundo** - “A partir do próximo ano, 30 mil crianças entre 4 e 6 anos têm uma dificuldade pela frente: vão ficar sem direito a creches. O motivo: a lei de diretrizes e bases

da educação determina que lugar de criança nessa idade é na escola e não na creche. (...) O que ninguém sabe é em qual escola, afinal, faltam 100 mil vagas”.

A matéria apresenta um problema ao telespectador e mostra a sua causa. Não há questionamento algum se realmente o problema existe da forma como foi exposto, nem tampouco são levantadas soluções. A intenção da matéria é apenas apontar o problema e cobrar uma solução para o próximo prefeito.

As matérias avaliativas caíram de 39,4% no primeiro turno para 18,9% no segundo, e as plurais abertas subiram de 37,2% no primeiro turno para 45,9% no segundo. Isso nos permite observar que os enfoques dados às matérias de Cidade pelas emissoras foram, de uma forma geral, menos tendenciosos no segundo turno. Se quisermos fazer uma comparação com o enfoque dado às matérias de outros temas, veremos que as porcentagens pouco variam. A somatória dos enquadramentos restrito e Avaliativo, que poderiam indicar um posicionamento maior do telejornal em relação a determinado tema, corresponde a 40,5% de todas as matérias e a 45,1% das matérias de Cidade. Vale lembrar que a metodologia adotada para a pesquisa não possibilita uma comparação desse tipo, pois a somatória de todos os enquadramentos não corresponde ao número total de matérias analisadas. No entanto, permitimo-nos fazer essas comparações porque a metodologia é aplicada em todos os casos e possibilita a observação objetiva dos enquadramentos de forma geral. Vale destacar ainda que 33,2% do total de matérias analisadas foram episódicas enquanto que apenas 8,3% das matérias sobre cidade receberam o mesmo enquadramento. Portanto, em comparação aos demais temas, o Cidade foi muito pouco abordado de forma totalmente imparcial.

Para analisar a forma como cada candidato se utilizou dos subtemas em seu discurso, foram criadas categorias que dessem conta de como os assuntos foram abordados; ou seja, através dessa classificação pudemos aferir a importância de cada subtema no tratamento dos candidatos durante o processo eleitoral.

Durante o primeiro turno, os subtemas de Cidade foram abordados em apenas duas matérias. Na primeira, o assunto foi violência e foi abordado pelo grupo Outros (candidatos

nanicos) e, na segunda, o assunto foi Poluição Visual, abordado por Todos<sup>13</sup>. Ou seja, durante a primeira etapa da disputa eleitoral, os telejornais locais não se preocuparam em divulgar qualquer tipo de disputa pessoal entre os candidatos que dissesse respeito aos problemas da cidade e suas soluções, nem tampouco propostas e esclarecimentos.

No segundo turno, com os candidatos reduzidos a dois, os telejornais estiveram mais atentos às declarações e disputas. Os subtemas de Cidade foram significativamente usados para atacar o candidato adversário. O candidato Paulo Maluf abordou os seguintes: Transporte; Violência; Saúde; Educação; Comércio Informal e Segurança, totalizando 27 matérias. Dessas, dez foram sobre Transporte. Por 12 vezes, usou subtemas de Cidade para atacar a adversária, prestou esclarecimento em sete vezes e fez propostas de governo em 8. Em nenhuma vez se defendeu em relação a um desses subtemas.

A candidata Marta Suplicy tratou dos seguintes subtemas durante a campanha: Transporte; Violência; Enchente; Buracos; Comércio Informal e Segurança. Os assuntos praticamente se repetem entre os candidatos, exceto por Saúde e Educação, que Marta não mencionou em declarações e nem nas situações de conflito com o candidato adversário, e Enchente e Buracos, só mencionados por ela. A candidata utilizou-se de subtemas referentes a Cidade por 19 vezes, também merecendo destaque o subtema Transporte. Em oito ocorrências Marta, fez propostas, em seis prestou esclarecimento, em quatro atacou o adversário e em uma ocorrência se defendeu.

O seguinte exemplo pode ilustrar como os candidatos veicularam a cidade e o tratamento do adversário em suas declarações. Ao falar do programa de governo do seu partido para o transporte coletivo da cidade, Marta Suplicy disse:

**Marta** - “A longo prazo a solução é o metrô. Nós já estamos levantando possibilidades com empresas privadas e estrangeiras em parceria com o Estado. Conversei um pouquinho com o vice-governador Alckmin, vou conversar com o governador Mario Covas sobre essas possibilidades. A prefeitura vai entrar ‘pesado’. (...) Nós temos que pensar rapidamente, prontamente. No quê? Corredor de ônibus”.

---

<sup>13</sup> Vale lembrar que, pela metodologia da pesquisa, os candidatos de pouca expressão foram agrupados em uma única categoria (outros). Quando a reportagem dizia respeito aos candidatos de forma geral, foi usada a categoria “todos”.

Ao comentar o debate que veio acontecer depois da entrevista, Marta declarou:

**Marta** - “A população não está interessada em provocação, em ‘baixar o nível’. A população está interessada em como sair desse caos em que a cidade se transformou, nesse abandono, nesse mar e antro de corrupção na era Maluf / Pitta. É disso que eu vou falar”.

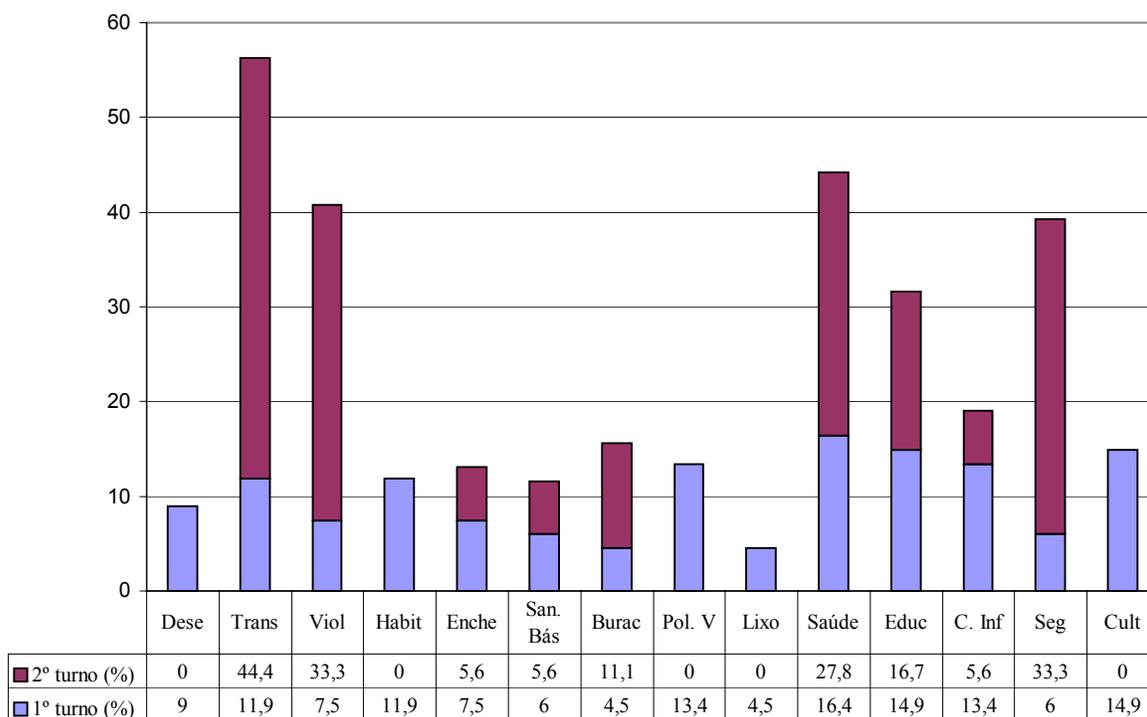
Logo em seguida, na mesma reportagem, Paulo Maluf respondeu à mesma pergunta:

**Maluf** - “(...) Os cargos que já ocupei, entre eles, governador e duas vezes prefeito, me credenciam na discussão de proposta de governo. Mostrar, evidentemente, não só a minha tranquilidade e superioridade administrativa, mas também mostrar que Dona Marta está desqualificada administrativamente para ser prefeita.”

Os próximos gráficos dizem respeito a porcentagem dos subtemas de Cidade durante a campanha eleitoral. Como já vimos, o tema Cidade teve 69 ocorrências. Isso significa que, em 69 reportagens, esse foi o tema principal. O total de ocorrências dos subtemas de Cidade foi de 128, ou seja, bem superior ao número de ocorrências do tema. Isso porque os subtemas de uma matéria não precisam necessariamente ser referente ao seu tema principal – uma reportagem cujo tema central é a dos Candidatos pode também abordar subtemas de Cidade e Campanha eleitoral, por exemplo.

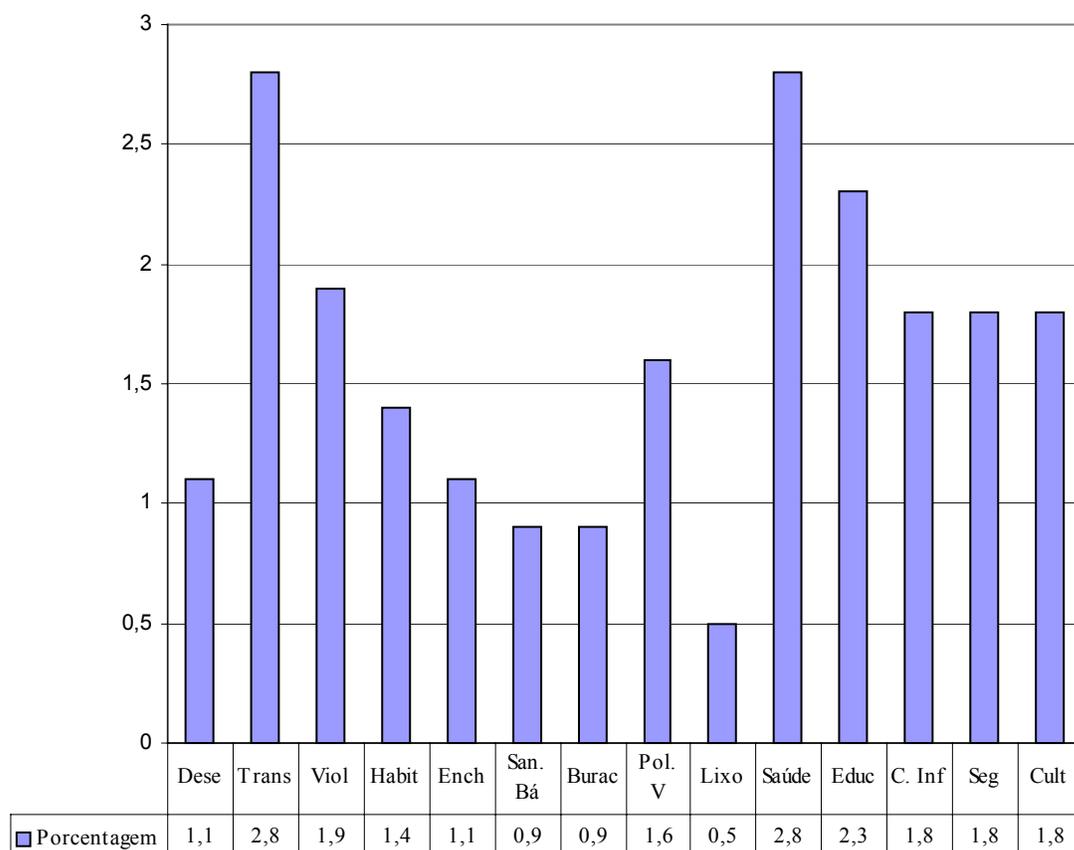
O gráfico abaixo compara o percentual dos subtemas do tema Cidade, no primeiro e no segundo turno, e é possível notar que, novamente durante a segunda etapa, cinco temas não foram abordados. São eles: Cultura e Lazer; Desemprego; Habitação; Poluição Visual e Lixo. A ausência desses subtemas já fora notada na análise sobre os enquadramentos das matérias.

### Subtemas de Cidade - 1º e 2º turnos



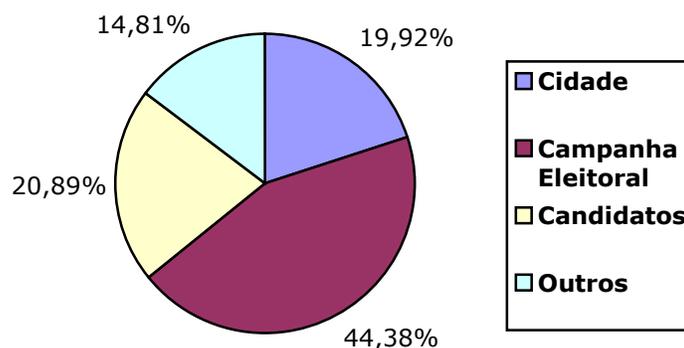
Esse gráfico fornece as porcentagens tendo como parâmetro o total de matérias em que os subtemas de Cidade aparecem (85 matérias), independentemente do tema principal. Esses números permitem verificar a importância que cada subtema teve entre as matérias que trataram da cidade. O gráfico a seguir fornece as porcentagens referentes ao número total de matérias. Ela permite verificar a importância que cada subtema de Cidade teve para os telejornais, ao longo de todo o processo eleitoral.

Subtemas de Cidade - % do total de matérias



A importância dada à cidade pelos telejornais não pode ser verificada apenas pelo número de matérias veiculadas. É necessário verificar também o tempo dessas matérias. O gráfico a seguir permite comparar o número de ocorrências de cada tema com o tempo destinado a eles:

### Tempo por Tema



O tempo de veiculação de cada tema é um fator importante de observação porque contribui para uma percepção mais correta sobre a relevância de determinados assuntos para as emissoras durante o processo eleitoral. Alguns temas parecem não ter recebido grande destaque pelo número de matérias veiculadas, mas ao verificarmos o tempo que essas matérias ganharam na programação somos tomados por nova opinião.

As matérias de Cidade são as de maior duração, comparadas à porcentagem do tempo de cada tema com a porcentagem relativa ao número de matérias. As 69 matérias de Cidade somam 12% do número total de matérias, mas essas matérias correspondem a 19,92% do tempo total, ou 4h49m45s, o que representa uma variação de 7,92%. As porcentagens de tempo dos demais temas variaram menos em relação ao número de matérias, como pode ser observado na tabela a seguir<sup>14</sup>:

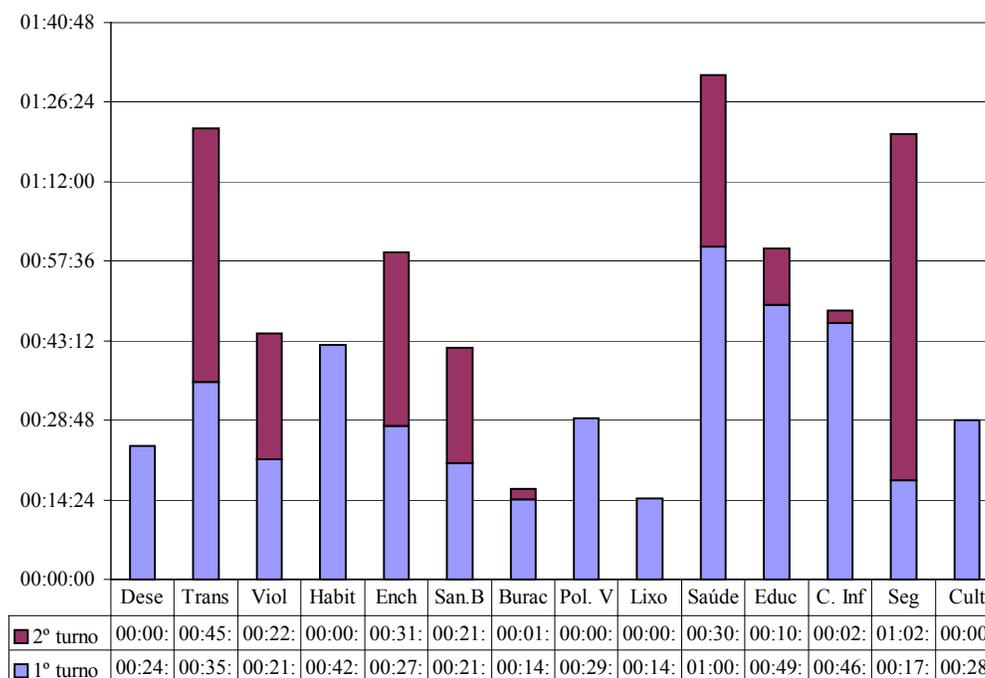
---

<sup>14</sup> Vale lembrar que muitas matérias se repetiam em jornais de horários diferentes, o que contribuiu para ressaltar as porcentagens. Contudo, as reportagens repetidas continuam tendo a mesma relevância para a análise porque atingiram audiências diferentes.

<b>Temas</b> \ <b>Tempo</b>	<b>Nº de Matérias</b>	<b>Tempo</b>	<b>Variação</b>
<b>Cidade</b>	12%	19,92%	7,92%
<b>Campanha</b>			
<b>Eleitoral</b>	46,4%	44,38%	2,02%
<b>Candidatos</b>	23,6%	20,89%	2,71%
<b>Outros</b>	18%	14,81%	3,19%

O tempo dedicado para cada subtema de Cidade pode ser observado no próximo gráfico, no qual é possível visualizar o primeiro e o segundo turnos e a soma de ambos. É possível, então, verificar a importância dada aos temas na primeira etapa da eleição e compará-la ao enfoque dado no segundo turno. Alguns temas foram tratados apenas no primeiro turno, como já foi dito. Aqui podemos verificar a relevância que tiveram:

**Subtemas de Cidade - tempo das matérias 1º e 2º turnos**



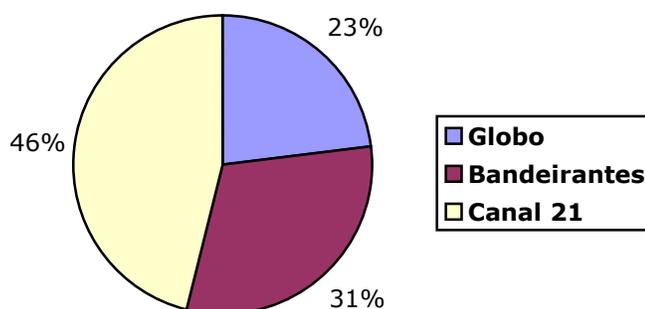
(Tempo total - 06:49:45)

Ocorreram somente seis matérias sobre Desemprego, e foram todas no primeiro turno. No entanto, essas poucas matérias totalizaram mais de 24 minutos de veiculação, o que representa uma média de 4 minutos por matéria. Esse tempo elevado nos permite crer que o subtema teve uma cobertura significativa por parte dos telejornais locais. O mesmo ocorreu com Habitação, cujas matérias têm uma média de mais de 5 minutos, e outros subtemas que pouco aparecem durante o segundo turno ou apenas no primeiro turno. Basta comparar a tabela acima com a tabela que oferece os dados sobre o número de matérias para se ter uma idéia de que os subtemas de Cidade ganharam uma atenção considerável por parte dos telejornais, especialmente na primeira etapa do pleito.

O tempo total de veiculação dos subtemas de Cidade não corresponde ao tempo de veiculação do tema porque em uma matéria de tema principal Campanha Eleitoral, por exemplo, pode ter havido subtemas de outros temas também. Portanto, a soma do tempo das matérias sobre Cidade foi de 4h49m45s e a soma do tempo dedicado aos subtemas de Cidade foi de 6h49m45s.

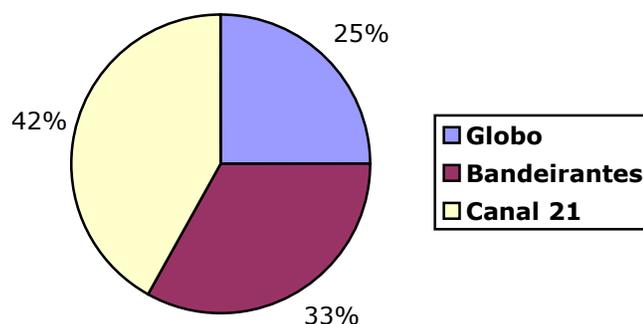
O próximo gráfico revela a importância que o tema Cidade teve para cada emissora. As porcentagens estão baseadas no seu tempo total. Isso explica porque os dados não batem com as porcentagens dos outros gráficos apresentados, cujo total corresponde ao tempo de todas as matérias.

**Tempo de Cidade por Emissora**



O gráfico a seguir expressa a quantidade de matérias de Cidade, em porcentagens, veiculadas por cada emissora:

**Número de Matérias de Cidade por Cada Emissora**



As emissoras Record e Cultura, como vimos, não veicularam nenhuma reportagem de Cidade. Pela comparação dos gráficos, podemos perceber que as proporções não se alteram muito entre o número de matérias e o tempo destinado a elas.

A cobertura dada à cidade pelas emissoras pode ser abstraída quantitativamente pelos gráficos que expressam o número de matérias e o seu tempo de duração. No entanto, é preciso comparar os gráficos em que o tema Cidade aparece junto aos demais para termos uma maior percepção da importância que a cidade teve para as emissoras. Embora o número de matérias tenha sido menor que dos outros temas, podemos notar que, pelo tempo de veiculação, o tema teve uma cobertura significativa e pode ser considerado como importante referência no processo eleitoral de 2000.

### **b)A Cobertura da Campanha Eleitoral no Telejornalismo**

A análise do tema Campanha Eleitoral demonstrou que seus subtemas não tiveram a mesma importância nos telejornais analisados. Uma das explicações está na própria Legislação Eleitoral – Lei nº 9.504 de 1997 – que ditou as regras para as eleições de 2000,

na qual houve um controle mais rígido sob os meios de comunicação de massa, que deveriam dar espaço igual a todos os candidatos que disputavam a corrida eleitoral, controlando, o tratamento diferenciado a determinado candidato.

A análise a seguir refere-se a todo o período eleitoral. Porém, antes, serão definidos, de maneira sucinta, os subtemas que compõem o tema, mostrando sua importância na disputa eleitoral, sendo estes: pesquisa eleitoral; debate político; entrevistas com candidatos; agenda do candidato; resultados eleitorais; horário eleitoral; e, perspectivas eleitorais.

### **Pesquisa Eleitoral**

Almeida (2001, pp. 9-10) analisou a relação das “pesquisas de opinião” com o Cenário de Representação da Política (CR-P), mostrando que estas revelam uma ampla temática de opiniões: “quando uma pesquisa é feita, o que se capta é um momento da opinião, pois os dados captados não são permanentes. (...) As pesquisas identificam sempre um ‘estado de opinião’ como sendo um momento que pode ser alterado – sendo mais ou menos estável a depender da estabilidade social, econômica, cultural e política da sociedade ou do universo pesquisado”. Quando se realiza uma pesquisa eleitoral, está-se, na realidade, captando as “representações da política”, mas essas só podem ser identificadas a partir da análise conjunta das pesquisas e de outros elementos, de maneira tanto quantitativa como qualitativa. Os CR-Ps fazem parte da realidade e apresentam um valor simbólico grande, e a disputa eleitoral se desenvolve dentro de um cenário simbólico. As pesquisas eleitorais viabilizam a possibilidade de identificar o processo de construção de sistemas, valores e crenças que estão presentes na sociedade. Dessa forma, nas pesquisas eleitorais, encontra-se um valioso instrumento de análise para compreender a realidade política daquele momento, mas para que essa análise seja completa, são necessários “dois instrumentos: da pesquisa que mede as opiniões do eleitorado e o clima político naquele momento (ou seja, ‘o cenário de representação da política’) e da análise econômica e de outros elementos da situação política” (ALMEIDA, 2001, p. 13).

As pesquisas qualitativas revelam o que o eleitor pretensamente deseja ouvir, sendo que o discurso político pode ser enquadrado no senso comum. Uma consequência notável

do marketing eleitoral é o de encaminhar no sentido da diluição dos conteúdos dessas mensagens, a fim de não alienar qualquer segmento de eleitores. As pesquisas eleitorais “repercutem de forma significativa no resultado das próprias eleições. Promovem, em primeiro lugar, o chamado efeito *bandwagon* (voto nos favoritos), bem como o seu inverso, o *underdog* (voto contra os favoritos) (...) talvez seja mais importante seu impacto sobre o ânimo dos militantes e as disposições dos financiadores de campanha” (MIGUEL, 2000, p. 83).

Nas campanhas atuais, as pesquisas eleitorais são consideradas um mecanismo para orientar e elaborar as estratégias, fazer uma estruturação dos discursos e formar a opinião pública, uma vez que seus resultados são utilizados nas estratégias de marketing eleitorais e pelos candidatos, que procuram mostrar a sua liderança ou o seu crescimento ao longo da campanha, ou tirar a credibilidade desses levantamentos, quando os dados não os favorecem (NUNES, 1993). Sem dúvida as pesquisas eleitorais e a opinião pública interferem na dinâmica da campanha eleitoral.

Para Silveira (1998, p. 169), a influência exercida pelos meios de comunicação é diferenciada de acordo com o tipo de eleitor: “para eleitores que escolhem em função de gosto, intuição ou sensibilidade, a partir das imagens dos candidatos, a mídia tem um papel fundamental, pois é precisamente através dela que eles têm acesso às imagens necessárias a sua decisão eleitoral”.

Os eleitores que consideram as pesquisas eleitorais válidas e as perspectivas eleitorais importantes utilizam as informações para potencializar, através de um cálculo racional, suas preferências no jogo político. Eles escolhem o candidato que apresenta chances reais de êxito, aquele mais bem situado em sua ordem de preferência, conforme os seus interesses ou pontos de vista políticos.

Além do efeito *Bandwagon* e da “espiral do silêncio”, as pesquisas eleitorais trazem outras conseqüências durante uma campanha eleitoral, uma vez que os candidatos que aparecem bem posicionados conseguem obter maior apoio político, maior contribuição financeira e, o mais importante, um espaço maior nos meios de comunicação de massa.

## **Debate Político**

No Brasil, ainda não se tem uma forte tradição nos debates políticos, como acontece nos Estados Unidos, onde os debates presidenciais já fazem parte do cenário político durante o ano eleitoral. Holbrook (1996) demonstra que os debates políticos possuem uma importante função de informar, pois os candidatos têm oportunidade de mostrar suas idéias a um grande número de eleitores e esses, por sua vez, podem obter as informações para formar ou reforçar as suas opiniões sobre os candidatos. Verifica-se, no dia em que será realizado o debate político, uma grande divulgação sobre o evento nos telejornais da emissora que está promovendo o debate. Uma outra forma de os debates causarem influencia é pela cobertura dada pelos meios de comunicação. No dia seguinte ao debate, há várias matérias nos telejornais mostrando os pontos mais importantes e como cada candidato apresentou-se enquanto o grande “vencedor” do debate.

A própria Legislação Eleitoral impôs fortes limites para a realização de debates pelos grandes veículos de comunicação, impondo a presença de todos os candidatos ao pleito (desde que o partido tenha representação no Congresso Nacional), com espaço e tempo predeterminados. Nas eleições municipais de 2000 em São Paulo foram realizados, durante todo o período eleitoral, apenas três debates. No primeiro turno, devido ao grande número de candidatos, apenas a Rede Bandeirante, em conjunto com o Canal 21, produziu, segundo as palavras de Weber (2000), essa “telecerimônia política”. Já no segundo turno, com apenas dois candidatos, houve mais possibilidade para discutir as idéias e as propostas dos candidatos dentro do tempo predeterminado dos programas televisivos. Assim a Bandeirantes e o Canal 21 realizaram mais um debate e a Rede Globo, outro.

Weber (2000, pp. 62-63) ainda comenta de um outro tipo de uso do debate eleitoral pelos candidatos: “O poder da tradução eletrônica e descompromissada da verdade marcada pela parcialidade radical possibilitada pela estética. (...) A versão que cada candidato, transformando o debate em material publicitário”. Esse ponto também foi considerado por Albuquerque (1999) ao realizar um estudo sobre o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral de 89, que acabou se constituindo em excelente local para responder as afirmações feitas pelos adversários.

### **Entrevistas com os Candidatos**

Foram consideradas somente as entrevistas em que os candidatos apareciam juntamente com o apresentador do telejornal no estúdio ou em um outro local, mas havendo um diálogo direto entre eles. Mais uma vez nota-se os limites da Lei nº 9.504, que apareceu geralmente vinculada às matérias que tratavam sobre a cobertura jornalística do debate político durante o 1º turno, porém, no 2º turno, essa foi de grande importância para os candidatos, pois lhe permitiu uma oportunidade a mais de visibilidade e de ataques ao adversário. A maioria dessas entrevistas foram realizadas ao vivo, proporcionando ao eleitor a possibilidade de verificar como cada candidato se comportava por si só, sem a ajuda do seu marqueteiro.

### **Agenda do Candidato**

O período eleitoral é considerado, por alguns autores, um espetáculo político e, como tal, acaba fazendo parte dos programas televisivos, como os telejornais e, dentro desse discurso da mídia, esse subtema apareceu muitas vezes como uma forma de “estar a serviço”, “longe do poder” e onde estava, acima de tudo, a neutralidade da emissora na mediação dos fatos da campanha, representada aqui pela agenda do candidato. Nela, observa-se o andamento da campanha eleitoral de cada candidato, o que acaba por associar seu ritmo e força, pois uma agenda cheia demonstra que o candidato está com uma campanha bem estruturada e com uma grande receptividade por parte do eleitorado quando se constatam, por meio das imagens veiculadas nos telejornais, os eventos repletos de espectadores. Mais uma vez o poder limitador da Lei nº 9.504 esteve presente, tendo esse subtema um peso maior no segundo turno.

### **Resultados Eleitorais**

As reportagens sobre a divulgação dos resultados eleitorais ficaram restritas ao começo do 2º turno. Consideram-se resultados eleitorais os dados que eram divulgados pelo TRE.

## **Horário Eleitoral**

Uma das funções do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) é de oferecer conhecimento sobre sistemas, partidos e idéias que podem alterar a vida de todos os cidadãos. Porém, o programa eleitoral acaba por roubar tempo e espaço de lazer desses mesmos cidadãos. Para amenizar um pouco essa usurpação, a produção desses programas acaba se aproximando dos telejornais e das entrevistas, com reprodução de imagens gravadas nas ruas. Como já mostrado anteriormente, as pesquisas eleitorais acabam influenciando também na produção dos programas eleitorais, ao longo de todo o período eleitoral. No segundo turno, por ser veiculados de segunda-feira a sábado e com 10 minutos cada programa por candidato, a gravação dos programas eleitorais tomam uma parte significativa da agenda diária dos candidatos. O mesmo aconteceu no primeiro turno, mas isso não fez parte das matérias noticiadas pelos telejornais, devido ao grande número de candidatos que disputavam o pleito.

## **Perspectivas Eleitorais**

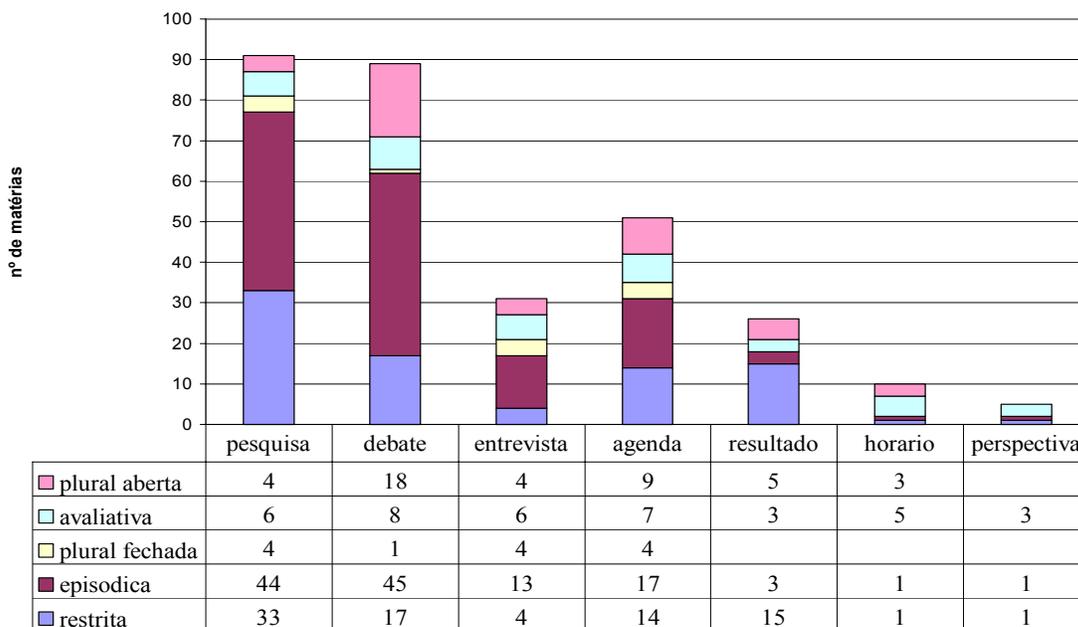
Esse subtema trata das especulações feitas logo depois que o TRE divulgou o resultado final do 1º turno – com a disputa no 2º turno entre Marta Suplicy e Paulo Maluf – sobre como ficariam as alianças e os apoios de outros candidatos que não estavam na disputa. Eram reportagens que abordavam as conseqüências para os outros partidos ao declararem o seu apoio a um dos dois candidatos e se o seu eleitorado seguiria a mesma direção.

Como já foi analisado anteriormente, seguiu-se a metodologia adotada por Mauro Porto, para analisar os enquadramentos das matérias apresentadas nos telejornais. No primeiro gráfico, apresenta-se como os subtemas da Campanha Eleitoral foram tratados no total das emissoras, durante o 1º e 2º o turnos. Analisaram-se 266 matérias que somaram 10 horas 45 minutos e 44 segundos. Numa análise conjunta dos dois, verifica-se que há um grande número de matérias que cobriram os setes subtemas, mas quando considerados os turnos separadamente, nota-se como a Legislação Eleitoral acabou criando uma cobertura telejornalista completamente diferente entre eles.

O maior número de reportagens foi registrado no subtema resultados das pesquisas eleitorais, com 91 matérias, seguido por debates eleitorais (89 matérias) que foram realizados pelas redes Bandeirantes e Globo, a agenda dos candidatos 51 matérias e entrevistas com os mesmos (30 matérias). Sobre o resultado eleitoral, detectaram-se 26 matérias, mais concentradas no começo do 2º turno, segundo a divisão da amostra, e cinco matérias sobre as perspectivas eleitorais. Reportagens sobre a gravação do horário eleitoral dos candidatos estiveram presentes apenas no 2º turno, com um total de nove matérias.

Esses subtemas serão analisados através do seu cruzamento com outros dois tipos de variáveis: o enquadramento dado à matéria; e o tipo de enquadramento feito pelo apresentador do telejornal. É bom lembrar mais uma vez que os tipos de enquadramentos não eram excludentes.

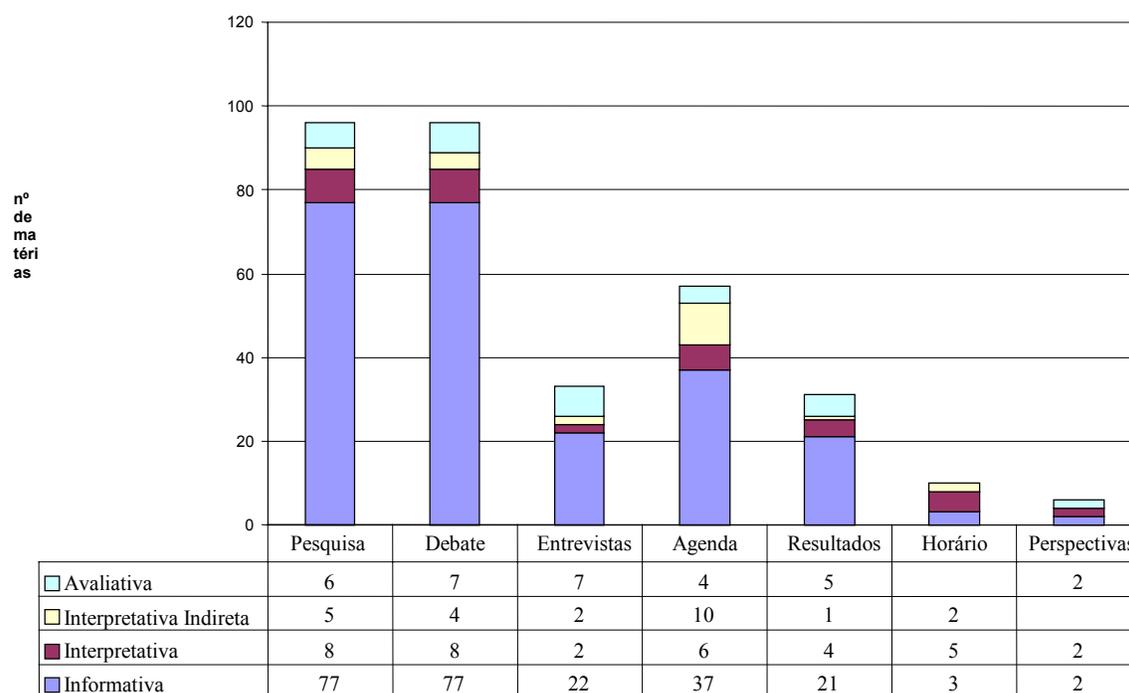
### Número de Matérias Veiculadas nas Emissoras no 1º e 2º Turnos, segundo Tipos de Enquadramento e Subtemas da Campanha Eleitoral.



O enquadramento dado aos subtemas deve ser analisado caso a caso: as matérias que abordaram as pesquisas eleitorais ficaram mais concentradas em episódicas (44 matérias) e restritas (33 matérias); sobre os debates eleitorais uma grande parte das matérias ficou com o enquadramento do tipo episódico (45 matérias) e 18 com plural aberta; as

entrevistas com os candidatos tiveram também, na sua maioria, o enquadramento do tipo episódico (13 matérias); já a agenda dos candidatos registrou um grande número com os enquadramentos dos tipos episódico (17 matérias) e restrita (14 matérias); a divulgação dos resultados eleitorais teve mais enquadramento restrito (15 matérias); sobre o horário eleitoral, o enquadramento mais utilizado pelos telejornais foi o do tipo avaliativo (cinco matérias); para as perspectivas eleitorais – tema com a menor cobertura, num total de cinco matérias –, o enquadramento avaliativo (três matérias) foi o mais registrado.

### Número de Matérias Veiculadas nas Emissoras no 1º e 2º Turnos, segundo Tipos de Enquadramento Dado pelos Apresentadores e Subtemas

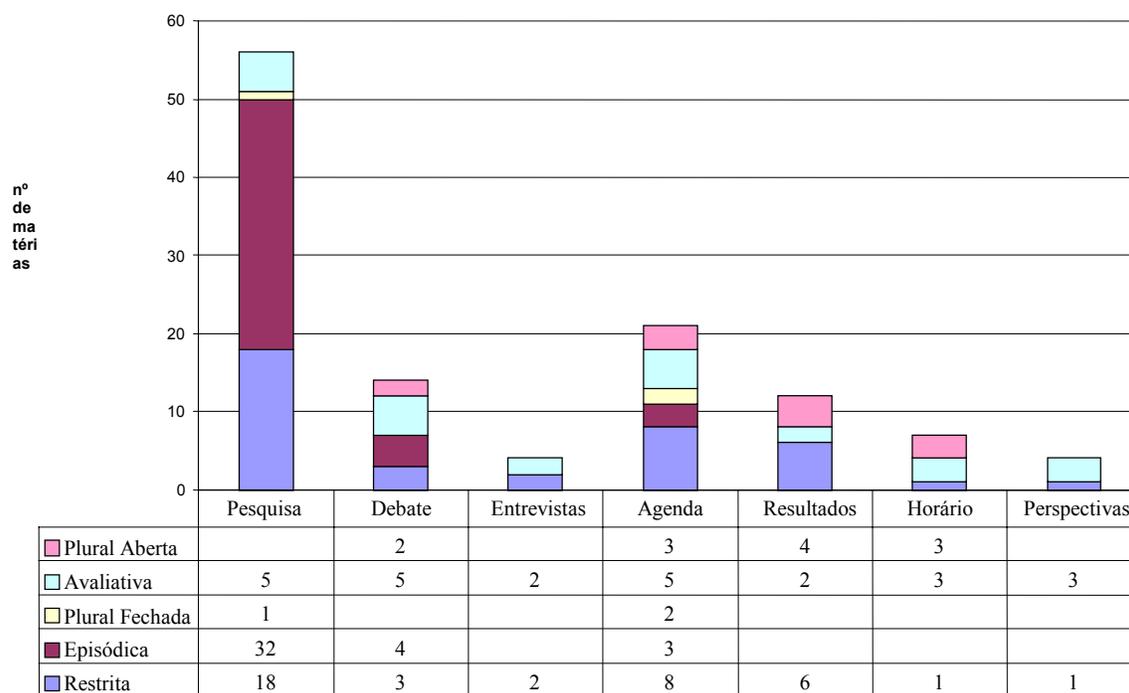


Analisou-se também, o enquadramento utilizado pelo apresentador do telejornal ao divulgar alguma notícia referente à disputa eleitoral de 2000. Os subtemas tratados sobre a Campanha Eleitoral apresentaram, na maioria, o enquadramento do tipo informativo: 77 matérias nas pesquisas eleitorais; 77 matérias sobre debate eleitoral; 22 nas entrevistas com os candidatos; 37 sobre a agenda do candidato; 21 na divulgação dos resultados eleitorais; e

duas nas perspectivas eleitorais. A única exceção foi o subtema horário eleitoral, que teve um maior enquadramento do tipo interpretativo (5 matérias).

Os dados apresentados até aqui dos subtemas sobre a Campanha Eleitoral foram analisados para o total das emissoras consideradas nesse estudo. A análise da cobertura desses subtemas emissora mostra como cada uma divulgou as matérias.

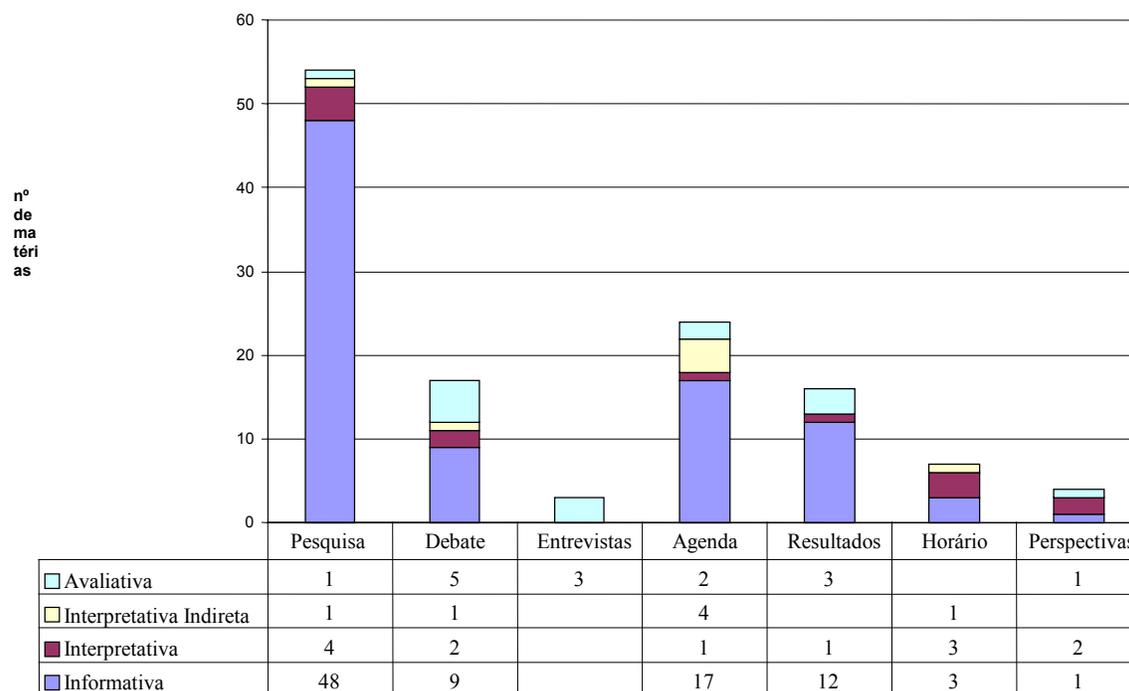
### Número de Matérias Veiculadas pela Rede Globo no 1º e 2º Turnos, segundo Tipos Enquadramento e Subtemas



A Rede Globo foi a emissora com o maior número de telejornais em sua programação diária, sendo que nessa ficaram evidentes os efeitos da Lei nº 9.504 sob os telejornais, quando analisados o 1º e o 2º turnos separadamente. O subtema pesquisas eleitorais apresentou o maior número de matérias (56), seguido por agenda dos candidatos (21 matérias). O enquadramento do tipo episódico foi maioria somente no subtema pesquisa eleitoral (32 matérias), enquanto em debate eleitoral houve uma equivalência nos tipos de enquadramentos dado às matérias: cinco do tipo avaliativo, duas do tipo plural aberta, quatro do episódico, e três do restrito. O mesmo aconteceu para os subtemas

entrevistas com os candidatos e divulgação dos resultados eleitorais. O enquadramento restrito foi o mais utilizado quando as matérias apresentadas foram sobre a agenda do candidato (oito matérias) e sobre resultado eleitoral (seis matérias), enquanto para perspectiva eleitoral a Rede Globo adotou um enquadramento mais do tipo avaliativo, com três matérias.

### Número de Matérias Veiculadas pela Rede Globo no 1º e 2º Turnos, segundo Tipos Enquadramento Dado pelos Apresentadores e Subtemas

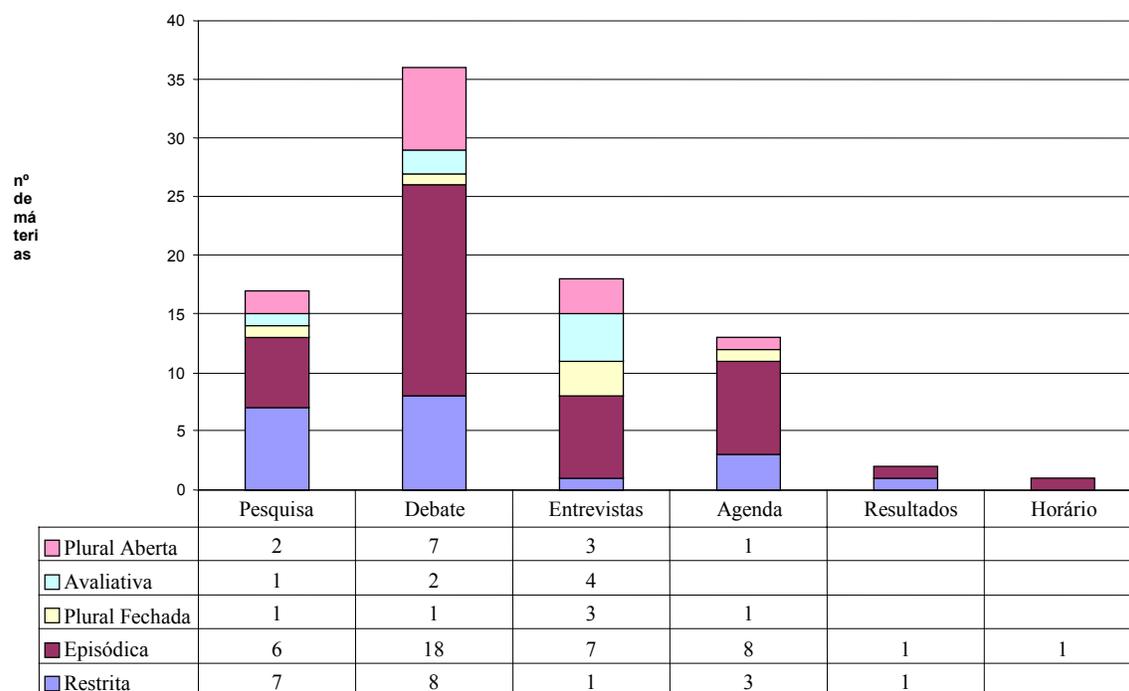


O enquadramento dado pelos apresentadores dos telejornais da Rede Globo apresentou, na maioria dos subtemas tratados, um enfoque do tipo informativo, com 48 matérias sobre as pesquisas eleitorais, nove para debate eleitoral, 17 para agenda do candidato e 12 para divulgação do resultado eleitoral. O subtema perspectiva eleitoral teve duas matérias com o enquadramento interpretativo, enquanto entrevistas com os candidatos registraram apenas o avaliativo (três matérias) e horário eleitoral teve três reportagens do tipo interpretativo e três do informativo.

Enquanto nos telejornais da Rede Globo o subtema debate político teve um total de 14 matérias, na Rede Bandeirantes esse foi o mais divulgado, com 36 matérias sobre os debates entre os candidatos à prefeitura, que foram promovidos pela emissora em ambos os

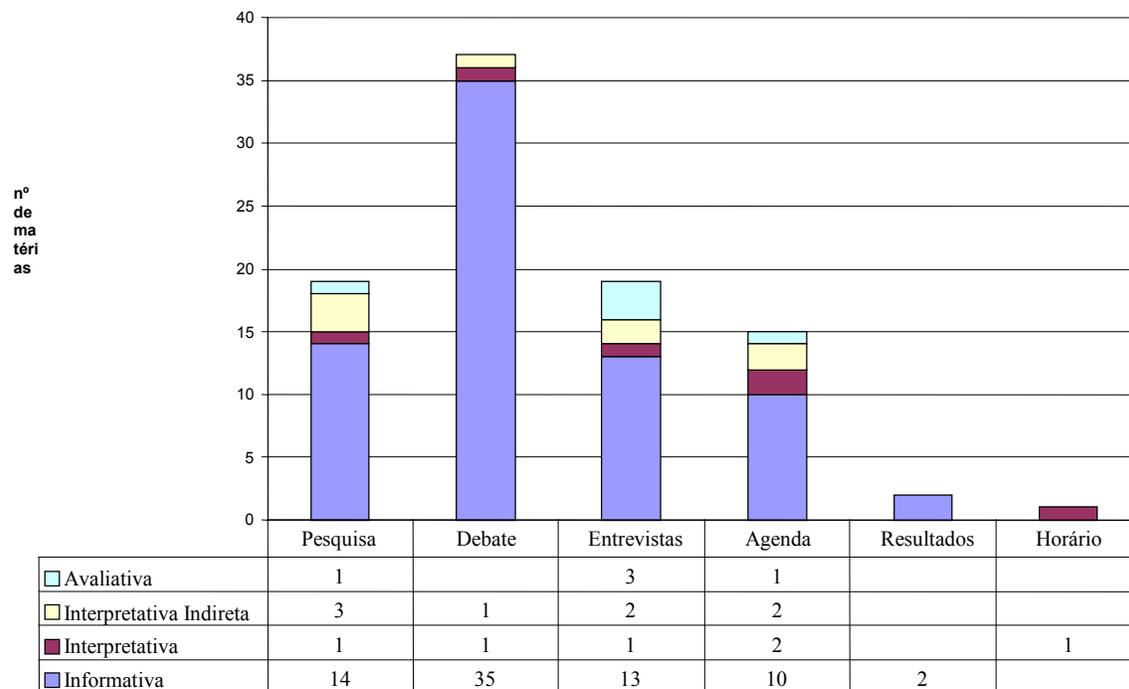
turnos. É importante registrar que a Rede Globo realizou apenas um debate, no final do 2º turno.

### Número de Matérias Veiculadas pela Rede Bandeirantes no 1º e 2º Turnos, segundo Tipos de Enquadramento e Subtemas



A maioria das matérias apresentadas na Band sobre o debate político (18 matérias) teve o enquadramento do tipo episódico. As pesquisas eleitorais, embora não tenham sido tão noticiadas pelos telejornais da Rede Bandeirantes como aconteceu na Rede Globo, tiveram, na sua maioria, o mesmo enquadramento dado pela Globo, com seis matérias do tipo episódico e sete com o enquadramento do restrito. No subtema entrevistas com os candidatos, a maioria das matérias (sete) teve o enquadramento episódico. Na divulgação do resultado eleitoral, verifica-se que uma matéria foi do tipo episódico e uma do restrito. Sobre o horário eleitoral, houve somente uma reportagem com o enquadramento do tipo episódico, enquanto o sub-tema perspectiva eleitoral esteve ausente na cobertura da Rede Bandeirante.

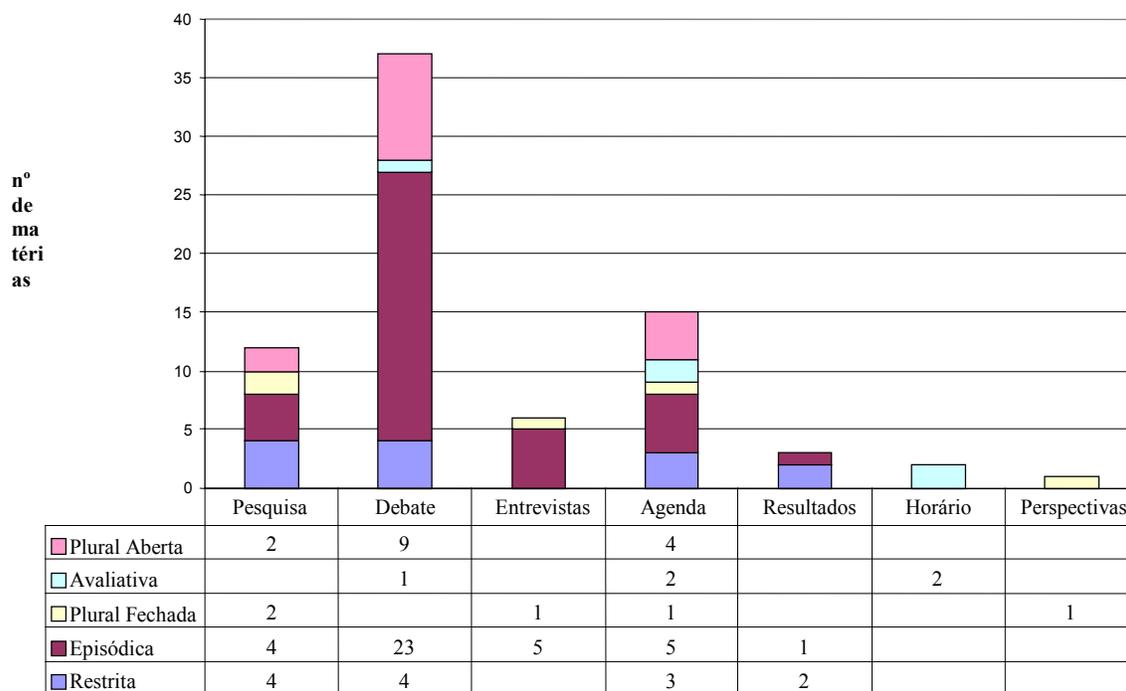
## Número de Matérias Veiculadas pela Rede Bandeirantes no 1º e 2º Turnos, segundo Tipos de Enquadramento e Subtemas



Sobre o enquadramento das matérias dado pelo apresentador, na Rede Bandeirantes a maioria também do tipo informativo, quando referiam-se às pesquisas eleitorais (14 matérias), ao debate político (35 matérias), às entrevistas com os candidatos (13 matérias) e à agenda dos candidatos (10 matérias). A única matéria sobre o horário eleitoral foi do tipo interpretativo e as duas referentes ao resultado eleitoral tiveram enquadramento informativo.

Como já mencionado anteriormente, o Canal 21 realizou os debates políticos em conjunto com a Rede Bandeirantes, por fazer parte dessa emissora. Portanto, muitas matérias eram apresentadas nos dois canais com as mesmas imagens, mas nem sempre o enquadramento dado foi o mesmo em ambas emissoras.

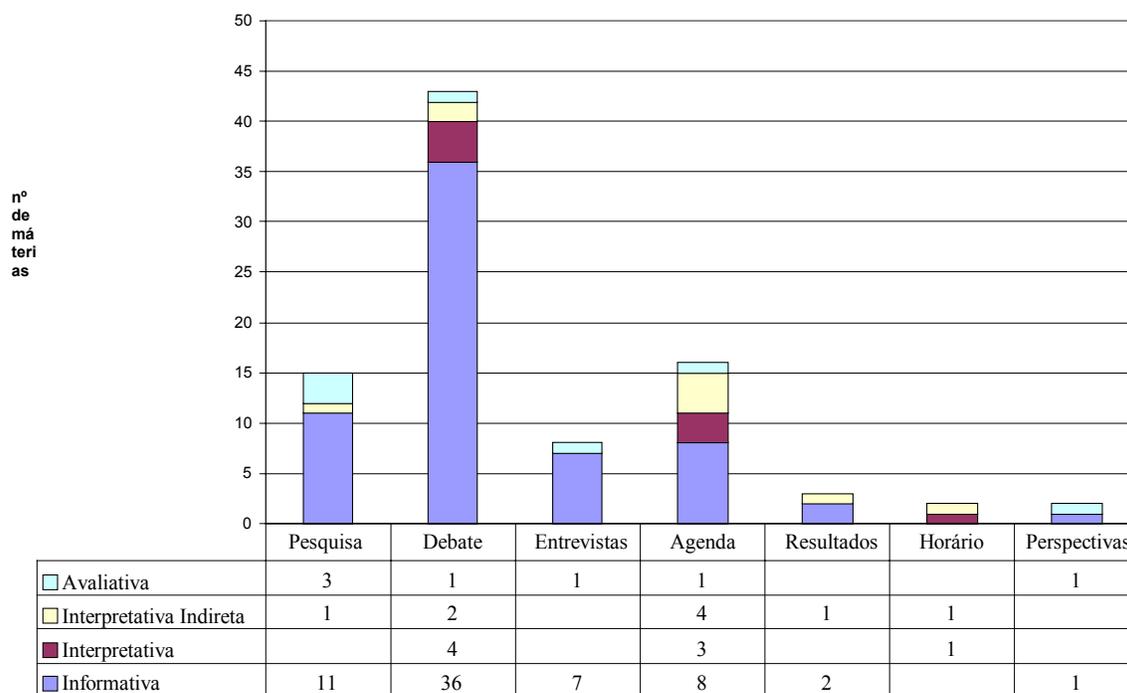
### Número de Matérias Veiculadas pelo Canal 21 no 1º e 2º Turnos, segundo Tipos de Imagens e Subtemas



Observando os tipos de enquadramento dado pelo Canal 21, no subtema perspectiva eleitoral, ausente na Rede Bandeirantes, verifica-se pelo menos uma matéria do tipo plural fechado. Sobre as pesquisas eleitorais, os enquadramentos ficaram mais equilibrados: quatro do tipo episódico, quatro do restrito, dois do plural aberto, e um do plural fechado. Para o debate político, registraram-se 37 matérias (uma a mais que a Rede Bandeirante), das quais 23 tiveram um enquadramento episódico, o mesmo tipo verificado para a maioria das matérias (cinco) do subtema entrevistas com os candidatos. Sobre a agenda do candidato, os enquadramentos predominados foram episódico (cinco matérias) e plural aberto (quatro). Na divulgação do resultado eleitoral, duas reportagens foram do tipo restrito e uma do episódico, enquanto as duas matérias sobre o horário eleitoral tiveram o enquadramento do tipo avaliativo.

O enquadramento dado pelo apresentador do telejornal do Canal 21 manteve a maioria do tipo informativo, ao divulgar as notícias sobre a Campanha Eleitoral. Porém ainda, que seja as mesmas imagens transmitidas pelos telejornais da Rede Bandeirantes.

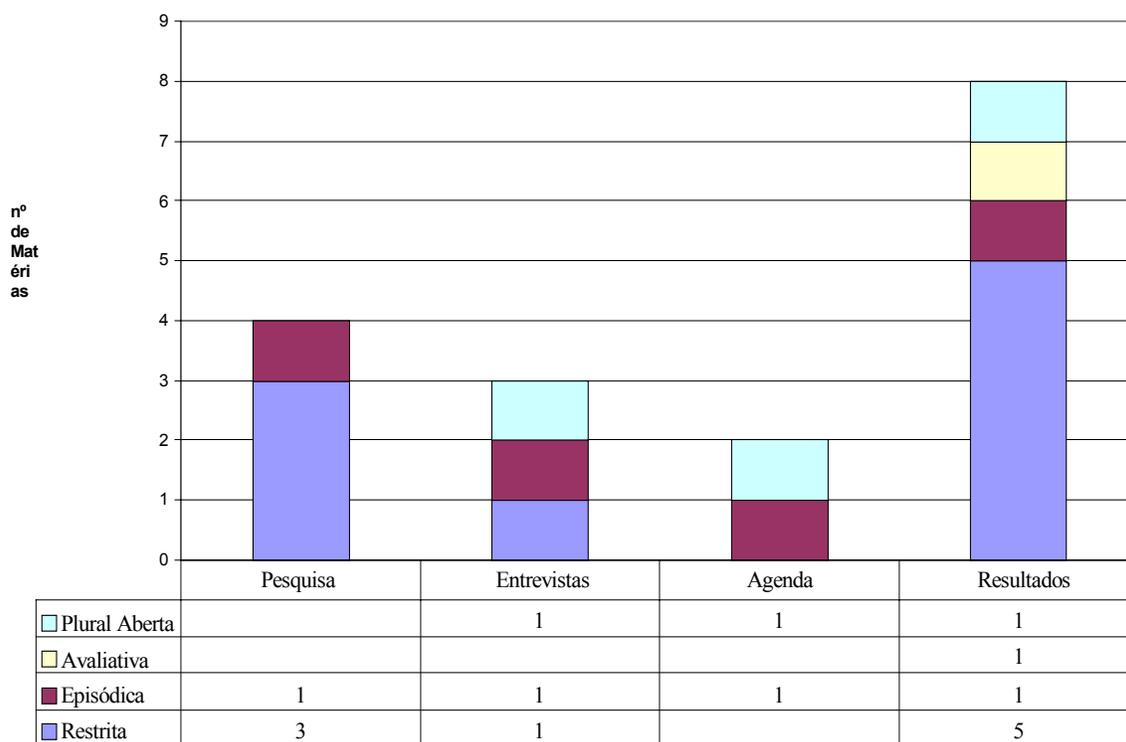
### Número de Matérias Veiculadas pelo Canal 21 no 1º e 2º Turnos, segundo Tipos de Enquadramento Dados pelos Apresentadores e Subtemas



No que se refere às pesquisas eleitorais, no Canal 21 não houve enfoque do tipo interpretativo e a Rede Bandeirantes apresentou cinco reportagens a mais sobre esse subtema. No debate político, o Canal 21 teve uma matéria com o enquadramento do tipo avaliativo, duas do tipo interpretativo indireto e quatro do tipo interpretativo, enquanto na Rede Bandeirantes foram apenas uma reportagem do tipo interpretativo indireto, uma do interpretativo. O subtema referente às entrevistas com candidatas ficou muito mais reduzido no Canal 21, sendo que a maioria das reportagens (sete) tiveram o enquadramento do tipo informativo. Praticamente ambas as emissoras trataram da mesma forma as reportagens sobre a agenda do candidato. Na divulgação do resultado eleitoral, o Canal 21 apresentou uma reportagem com o enquadramento interpretativo indireto e duas com o informativo e, no subtema perspectiva eleitoral tivemos foram uma matéria com o enquadramento avaliativo e uma com o informativo.

Para finalizar a análise sobre a cobertura da Campanha Eleitoral nos telejornais, durante o 1º e 2º turnos de 2000, apresentam-se os dados da Rede Record e da TV Cultura. Como já mencionado anteriormente, a TV Cultura passava, naquele contexto, por uma reformulação da grade de programação e justamente naquele período a parte jornalística ficou extremamente reduzida.

### Número de Matérias Veiculadas pela Rede Record no 1º e 2º Turnos, segundo Tipos de Enquadramentos e Subtemas



Quanto a Rede Record, o número de reportagens que foram gravadas para a amostra foi muito restrito. Não se sabe se isso ocorreu devido a uma falha da empresa contratada para fazer os clippings dos telejornais ou se a direção da Rede Record decidiu dar pouca cobertura à disputa eleitoral de 2000 em seus telejornais locais.

Os subtemas abordados pela Rede Record foram apenas quatro, sendo que a maioria das reportagens tratou sobre a divulgação do resultado eleitoral, com a maior parte (cinco matérias) no enquadramento do tipo restrito. Esse enquadramento também foi privilegiado

no subtema pesquisas eleitorais (três matérias), enquanto o do tipo avaliativo esteve presente em uma única reportagem de divulgação do resultado eleitoral.

Mais uma vez, observa-se que o enquadramento adotado pelo apresentador ficou mais concentrado no tipo informativo, e também que o do tipo avaliativo só esteve presente em duas reportagens sobre o resultado eleitoral.

A cobertura jornalística pela TV Cultura nas eleições de 2000 foi muito reduzida, foram abordados apenas os subtemas pesquisas eleitorais, debate político e divulgação dos resultados eleitorais, com predominância do enquadramento do tipo restrito (4 reportagens). O enquadramento adotado pelos apresentadores ficou, pela primeira vez, mais concentrada no tipo interpretativo, (3 matérias). As imagens de apoio apareceram somente para mostrar o debate que havia sido transmitido pela Rede Bandeirantes e o Canal 21.

### **Primeiro *round*: muitos candidatos para pouco tempo**

A Lei nº 9.504 determinou que as emissoras deveriam dar mesmo tempo a todos os candidatos em suas reportagens. Caso isso não ocorresse, a emissora pagaria uma pesada multa. Ao se analisar separadamente a campanha eleitoral no primeiro e no segundo turnos, fica evidente o impacto que essa lei causou na cobertura jornalística. No primeiro turno, a disputa eleitoral contava com 15 candidatos, sendo que cinco possuíam, realmente chances, na corrida eleitoral (Marta Suplicy, Paulo Maluf, Geraldo Alckmin, Romeu Tuma e Luíza Erundina). Porém, todos os candidatos registrados no TRE deveriam ter o mesmo tempo nas emissoras, o que é impossível durante um telejornal com, em média, trinta minutos de duração.

A amostra para análise do 1º turno foi coletada entre 15 de agosto, quando teve início o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, e 29 de setembro de 2000, sendo composta por 120 matérias com uma duração total de 4 horas 24 minutos e 48 segundos, em que boa parte das reportagens referem-se à Rede Bandeirantes e ao Canal 21, já que essas emissoras foram as únicas que realizaram um debate político nesse período. Nesta parte do trabalho, serão apresentadas algumas transcrições das reportagens que foram analisadas pela equipe de pesquisadores, com o objetivo de se aprofundar o estudo.

Pretende-se, aqui, enfatizar as diferenças entre o primeiro e o segundo turnos, visando verificar como a Lei nº 9.504 foi responsável pela superficialidade das reportagens sobre a Campanha Eleitoral durante o primeiro turno das eleições para a Prefeitura de São Paulo, em 2000. Os subtemas horário eleitoral e perspectiva eleitoral ficaram ausentes das matérias em todas as emissoras. O maior número de reportagens foi constatado para o subtema debate eleitoral (58 matérias), seguido por pesquisas eleitorais (49), entrevistas com os candidatos (17) e agendas dos candidatos (11).

Se Albuquerque (1999), juntamente com vários outros autores, afirmou que a Rede Globo foi a grande responsável pela vitória de Fernando Collor em 1989, através da manipulação das reportagens que abordaram o último debate do segundo turno entre Collor e Lula, as quais mostraram os melhores momentos de Collor e os piores de Lula, assim, os eleitores que estavam indecisos em votar em Collor, na cobertura jornalística da emissora em 2000, na cidade de São Paulo, isso esteve muito longe de se repetir. A Rede Globo seguiu fielmente o que estava determinado na Lei nº 9.504, não dando tempo a nenhum dos candidatos, sendo que as suas reportagens sobre a disputa eleitoral ficaram restritas às pesquisas eleitorais.

Apenas os subtemas pesquisas eleitorais e resultados foram abordados nos telejornais da Rede Globo, sendo que as maiores parte das reportagens sobre as pesquisas eleitorais tiveram um enquadramento do tipo episódico (24 matérias), dez foram do tipo restrito e apenas uma do tipo plural fechado. A seguir, transcrevem-se uma reportagem sobre as pesquisas eleitorais, com o enquadramento plural fechado e outra do tipo episódico. ([link 2000 – SPTV](#))

### **Plural Fechado**

**Roberto Thomé (repórter)** - O eleitor a partir de agora terá menos de 40 horas para refletir e enfim decidir a eleição mais acirrada dos últimos anos. São Paulo ainda tenta compreender o que está por trás dos números das pesquisas que mostram Marta Suplicy no 2º turno e outros 4 candidatos tentando chegar lá: Maluf, Tuma e Alckmin com 12% e Luiza Erundina com 10%, empatados tecnicamente.

**Glauco Arbix (sociólogo)** - A população de São Paulo sabe ou está construindo uma consciência de quem votar. Ela pode não saber exatamente qual é a pessoa mais adequada, qual é o seu partido, que ela julga mais preparado para governar, mas que ela consegue se situar nesse cenário, ela consegue.

**Roberto Thomé (repórter)** - Para quem se expôs durante 45 dias do horário político e não perdeu a posse, só resta ter fé e esperar uma conjunção favorável de astros nestas últimas horas. Nem búzios, nem cartas e muito menos os computadores do IBOP; o maior enigma dessa eleição só será decifrado mesmo na eleição.

**Márcia Cavallari (IBOPE)** - Até o momento o eleitor, os eleitores, estão se dividindo igualmente entre os 4 candidatos, então hoje não é possível afirmar qual dos 4 candidatos irá para o 2º turno junto com a candidata do PT, Marta Suplicy. **(SPTV 2ª Edição, Rede Globo, 29/09/00)**

### **Episódico**

“Marta Suplicy do PT lidera a pesquisa com 34%, na seqüência vêm os 4 candidatos que estão tecnicamente empatados em 2º lugar: Paulo Maluf – PPB; Geraldo Alckmin – PSDB e Romeu Tuma do PFL têm 12% dos votos cada um e Luiza Erundina –PSB, 10%. Enéas do PRONA ficou com 3% dos votos. Fernando Collor – PRTB e Marcos Cintra do PL, 1%. Ciro Moura – PRN, Marin – PSC, Canidé Pegado – PJT, José de Abreu – PTN e João Manuel – PSDC tiveram menos de 1% dos votos. 7% dos entrevistados votaram em branco e 8% não quiseram opinar. Os candidatos Rui Costa Pimenta do PCO, Fábio Bosco do PSTU e Osmar Lins do PAN não foram citados na pesquisa”. **(SPTV 2ª Edição, Rede Globo, 29/09/00)**

Os apresentadores dos telejornais da Rede Globo privilegiaram o enquadramento do tipo informativo, com 33 matérias do subtema pesquisas eleitorais, que eram apresentadas como a transcrita a seguir. Registrou-se uma única reportagem com o enquadramento interpretativo.

**Chico Pinheiro (apresentador)** - (...) o IBOPE também divulgou a posição dos candidatos, considerando apenas os votos válidos, veja aí o resultado. Marta tem 40% dos votos válidos, Maluf, Alckmin e Tuma têm 14% e Erundina tem 12%. Esses 4 candidatos continuam empatados tecnicamente na totalização dos votos válidos.

As imagens de apoio que apareciam nas reportagens da emissora tinham sempre uma alta qualidade. As matérias eram preparadas e com cortes nos pontos certos, sendo que às vezes apareciam somente as imagens dos cinco principais candidatos. O uso tão massivo de gráficos e imagens na divulgação dos resultados das pesquisas eleitorais justifica-se pela função didática que esse recurso traz, uma vez que fica bem destacada a variação da intenção de voto de cada candidato com o decorrer da campanha.

A Rede Bandeirantes teve um destaque particular durante o 1º turno, por ter sido a única emissora a promover debates eleitorais entre os candidatos à prefeitura de São Paulo. Foram realizados dois debates: o primeiro no dia 4 de setembro e o segundo no último dia

de campanha do 1º turno. Apesar de não ser confirmado o impacto que o debate político tem sobre a decisão do voto, não se pode deixar de considerar que esse evento proporciona ao candidato uma grande visibilidade nos noticiários. A Rede Bandeirantes explorou ao máximo os debates trazendo várias reportagens sobre os seus bastidores e como cada candidato estava se preparando.

### **Avaliativo**

**Apresentador** - É o debate de hoje é importante, principalmente, porque quase todos os institutos de pesquisas apontam o 2º lugar com pelo menos 4 candidatos empatados. O eleitor vai ter a oportunidade, a partir de agora, a partir das nove horas da noite, de escolher em quem vai votar, de escolher quem vai levar para o 2º turno (...). **(Band Cidade, Bandeirantes, 28/09/00)**

### **Plural Aberto (link 2000 – Band Cidade)**

**Enéas Carneiro (candidato do PRONA)** - O debate é fundamental. Se o senhor me perguntar o que eu espero, eu espero poder dizer ao vivo, quem eu sou, o que pretendo fazer, com calma.

**Luiza Erundina (candidata do PSB)** - É mais uma oportunidade do eleitor comparar as propostas, os candidatos e escolher com mais consciência e com mais liberdade.

**José Maria Marin (candidato do PSC)**- É um debate com muita amplitude, de todos os temas que interessa ao povo.

**Marcos Cintra (candidato do PL)** - Ele vai ter uma importância particularmente grande por força da data. Dia 28, é praticamente a três dias da eleição e com isso o eleitor poderá em definitivo escolher aquele que ele acha que é o melhor candidato pra administrar a cidade de São Paulo.

**Geraldo Alckmin (candidato do PSDB)** - Quanto mais perto da eleição é aí que o eleitor vai mais efetivamente definir o seu voto.

**Paulo Maluf (candidato do PPB)** - Os debates têm a oportunidade do eleitor verificar quem sabe fazer, quem tem experiência.

**Fernando Collor de Mello (candidato do PRTB)** - Eu espero que sejam tratadas essas questões temáticas, para que a população possa conhecer melhor, não apenas o que pensa cada candidato, mas a proposta que cada um tem.

**Romeu Tuma (candidato do PFL)** - Que haja equilíbrio, respeito entre os candidatos, e que cada um possa com tranquilidade, dentro das perguntas e das respostas, poder apresentar algo de importante dentro dos seus programas.

**José de Abreu (candidato de PTN)** - Eu acho que o debate esclarece o eleitor e as propostas acabam vindo à tona.

**Marta Suplicy (candidata do PT)** - Acho um debate sempre importante porque permite ao telespectador poder analisar as propostas dos candidatos. **(Band Cidade, Bandeirantes, 26/09/00)**

O enquadramento mais utilizado pelos apresentadores foi o informativo. Apenas duas matérias, referentes às entrevistas com os candidatos, tiveram o tipo avaliativo. Apresenta-se a transcrição de uma dessas reportagens, mas não são colocadas as respostas do entrevistado.

#### **Avaliativo**

**José Paulo de Andrade** - O Band Cidade recebe hoje o candidato a prefeito pelo Partido da Causa Operária, Rui Costa Pimenta. Boa noite Rui. O que é que diferencia o PCO de outros partidos trabalhistas? (...) Qual é a base do PCO? É sindicato? (...) O partido é novo? (...) Qual é o número do partido? (...) Daqui a pouco vamos continuar conversando e saber a proposta do PCO à prefeitura de São Paulo. (...) E estamos recebendo hoje o candidato do PCO – Partido da Causa Operária – para a prefeitura de São Paulo, Rui Costa Pimenta. Bom, você disse que não adianta mudar o partido do prefeito, precisa mudar a proposta. Qual é a proposta do PCO para a prefeitura de São Paulo? (...) Quais seriam as prioridades para por em prática? (...) Essa não é uma solução artificial, a redução da jornada de trabalho? (...) No sentido de criar empregos com a redução da jornada com os trabalhadores que estão na ativa? (...) Quer dizer, seria uma distribuição de renda? **(Band Cidade, Bandeirantes, 12/09/00)**

As imagens de apoio estiveram presentes na maioria das reportagens dos telejornais da Bandeirantes, principalmente aquelas dos candidatos, pois é evidente o grande peso que a imagem do candidato tem durante a campanha eleitoral.

Como já citado anteriormente; a parte de telejornalismo do Canal 21 era ligada à Rede Bandeirantes, sendo que a maioria das reportagens dessas emissoras era idêntica, mas algumas vezes, mudava-se o enquadramento.

Nas reportagens que abordaram o debate político e as agendas dos candidatos, ficam evidentes as diferenças: o Canal 21 não utilizou o enquadramento avaliativo em suas reportagens, que foi usado em uma matéria na Bandeirantes; o Canal 21 trabalhou com o enquadramento do tipo plural aberto em duas reportagens a mais que a Bandeirantes, no subtema debate político, e deu mais ênfase ao tipo episódico, que foi o único a ser utilizado quando as reportagens traziam as agendas dos candidatos.

Verifica-se que o Canal 21 apresentou uma matéria sobre o debate político com enquadramento interpretativo, tipo este ausente nas reportagens da Bandeirantes. Já no

subtema entrevistas com os candidatos, todas as matérias no Canal 21 tiveram enquadramento informativo, enquanto na Bandeirantes duas foram do tipo avaliativo.

O recurso de imagem só apresentador foi mais utilizado na Rede Bandeirantes (quatro matérias), do que no Canal 21, com apenas uma reportagem. O Canal 21 apresentou cinco matérias a mais que a Bandeirantes com imagens de apoio sobre o debate político e, no total de matérias sobre esse subtema, o Canal 21 obteve cinco reportagens a mais que a Rede Bandeirantes.

A Rede Record e a TV Cultura acrescentaram muito pouco à amostra, pelos motivos já citados anteriormente, portanto, a análise dessas emissoras será realizada em conjunto. As duas reportagens da Rede Record, durante o 1º turno, foram apresentadas no telejornal SP Notícias e se referiam à divulgação do resultado da pesquisa eleitoral no dia 27 de setembro de 2000. A seguir, é transcrita essa matéria, verifica-se que o enquadramento é do tipo episódico, sendo que o apresentador deu um tom informativo à matéria, com a utilização de gráficos.

**Apresentador** - Nós vamos falar agora de uma pesquisa que foi divulgada hoje sobre a preferência do eleitorado de São Paulo pelos candidatos à prefeitura de nossa cidade. **(SP Notícias, Record, 27/09/00)**

Na TV Cultura, houve apenas uma reportagem que tratava do debate político que aconteceu na Rede Bandeirantes e que contava com imagens de apoio do evento, fornecidas pela emissora. O conteúdo da matéria teve enquadramento restrito, enquanto o apresentador utilizou do tipo interpretativo.

**Apresentador** - E voltando a falar de Eleições. Ontem em São Paulo, a Rede Bandeirantes de Televisão promoveu o último debate antes das eleições municipais. Os candidatos com chances de ir para o 2º turno evitaram confrontos diretos. **(Matéria Pública, TV Cultura, 29/09/00)**

### **Segundo round: os senhores do tempo**

Como visto anteriormente, a Lei nº 9.504 limitou o tempo de visibilidade para os candidatos nos telejornais durante o primeiro turno, já que obrigava as emissoras a darem o mesmo tempo a todos candidatos. Com isso, a Rede Globo cobriu a Campanha Eleitoral

apenas através das divulgações das pesquisas eleitorais. Na Rede Bandeirantes e no Canal 21, quando os subtemas entrevistas e agenda dos candidatos fizeram parte de suas reportagens, essas estavam diretamente vinculadas aos debates que aconteceram.

Durante o 2º turno, o cenário era completamente diferente, com apenas dois candidatos aparecendo nos telejornais, cujo tempo de exposição, segundo a lei eleitoral, deveria ser exatamente o mesmo para cada um.

A amostra desse período foi coletada entre 2 e 28 de outubro de 2000, num total de 146 matérias sobre o tema Campanha Eleitoral e que somaram 6 horas 20 minutos e 56 segundos de reportagens, portanto, quase duas horas a mais do que no 1º turno. No começo do 2º turno, houve várias reportagens que tratavam sobre os resultados eleitorais do 1º turno e as perspectivas eleitorais, o que explica, evidentemente, a ausência desses subtemas na análise anterior.

O dia-a-dia dos candidatos ficou muito presente nas reportagens dos telejornais através de informações de sua agenda, sendo que grande parte dessas reportagens era do tipo restrita (14 matérias). Com o subtema horário eleitoral, também foi possível acompanhar o dia do candidato, já que muitas vezes essas reportagens mostravam que os candidatos tinham mudado suas agendas iniciais para poderem gravar o programa que iria ao ar à noite, havendo, nesse caso, predominância do enquadramento do tipo avaliativo (5 matérias). É importante notar que, durante o 1º turno, os enquadramentos mais utilizados eram episódicos, enquanto no 2º turno as emissoras passaram a apresentar mais notícias com os enquadramentos plural aberto e avaliativo.

Observa-se, ainda, que as matérias sobre pesquisas eleitorais e debates políticos mantiveram-se nos telejornais, mas passaram a ter mais tipos de enquadramento plural aberto e avaliativo.

Se durante o 1º turno o enquadramento foi mais utilizados pelos apresentadores dos telejornais foi o informativo, ficando o tipo avaliativo com apenas duas matérias e o interpretativo com três, no 2º turno registrou-se um espantoso crescimento desses dois tipos de enquadramento, e bem como do interpretativo indireto.

Em números absolutos, o enquadramento do tipo informativo ainda é o maior, mas verifica-se uma crescente participação das opiniões dos apresentadores dessas emissoras. As pesquisas eleitorais tiveram cinco matérias do tipo avaliativo e cinco do interpretativo

indireto, os quais estiveram ausentes durante o 1º turno. O mesmo ocorreu nas reportagens sobre os debates políticos, com sete do tipo avaliativo e quatro do interpretativo indireto.

Com relação aos recursos de imagens, esses continuaram iguais ao 1º turno, com um grande número de reportagens que traziam imagens de apoio. Geralmente, quando a matéria abordava a agenda do candidato, esse fazia parte da imagem ou até mesmo com uma fala sua. É curioso perceber que, se no 1º turno apenas uma reportagem sobre a pesquisa eleitoral foi apresentada só pelo apresentador, no 2º turno nove matérias utilizaram esses recursos.

Ao analisar a cobertura da Campanha Eleitoral pelos telejornais de cada emissora, verifica-se que se a Rede Globo durante o 1º turno adotou o que vários autores denominam de enquadramento do tipo “Corrida de Cavalos”, durante o 2º turno a emissora acompanhou bem de perto a disputa eleitoral ao tratar de todos os subtemas. A emissora deixou de adotar o enquadramento episódico e a maioria de suas reportagens utilizou o tipo plural aberto, seguido pelo avaliativo e restrito.

A Rede Globo realizou um debate político no final do 2º turno, o que fez com que esse subtema aparecesse nas reportagens dos telejornais da emissora. Os enquadramentos adotados foram quase equivalentes entre si, com a exceção do tipo plural fechado, que ficou ausente.

As reportagens do subtemas agenda dos candidatos tiveram mais enquadramentos restrito (oito matérias) e avaliativo (cinco matérias). Nos subtemas resultado eleitoral e o horário eleitoral ficaram ausentes os enquadramentos plural fechado e episódico. Como exemplo, apresenta-se uma das reportagens sobre o horário eleitoral, com o enquadramento avaliativo.

#### **Avaliativo**

**Apresentador:** (...) Marta passou a tarde no estúdio preparando os últimos programas do horário eleitoral gratuito. Ela evitou criticar a decisão do TRE que ontem suspendeu a propaganda do PT e do PPB na televisão. Afirmou também que está preparada para o confronto no debate de amanhã na Rede Globo. (...) A suspensão do horário político do PPB de ontem à noite na televisão fez Paulo Maluf mudar todos os programas que já estavam prontos. O candidato gravou de madrugada e boa parte da manhã. **(Bom dia SP, Rede Globo, 26/10/00)**

Sobre os enquadramentos dados pelos apresentadores dos telejornais da Globo às reportagens, o do tipo informativo continuou prevalecendo, e ficou ausente apenas no subtema entrevistas com os candidatos, em que o avaliativo foi o único a ser utilizado.

Ausente no 1º turno, o recurso só apresentador foi utilizado num total de seis reportagens dos telejornais, sendo que duas matérias eram sobre pesquisas eleitorais, subtema que registrou, nesse período, um total de 20 matérias.

A Rede Bandeirantes também apresentou um perfil diferente nas reportagens dos seus telejornais. Se no 1º turno os debates políticos organizados pela emissora foram o subtema mais abordado, no 2º turno predominaram as pesquisas eleitorais, seguidas por debate político, sendo que a emissora realizou novamente um evento, e entrevista com os candidatos. Os enquadramentos mais utilizados foram o restrito e plural aberto.

O enquadramento informativo foi o mais utilizado pelos apresentadores e o avaliativo o que menos apareceu. Para pesquisas eleitorais e debates políticos, houve sete matérias, em cada subtema, do informativo, sendo este, ainda, o único enquadramento único a ser utilizado quando as reportagens trouxeram a divulgação do resultado eleitoral.

Assim como ocorreu na Rede Globo, também foram registradas, na Rede Bandeirantes, duas reportagens sobre as pesquisas eleitorais que foram apresentadas somente pelo apresentador sem nenhuma outra imagem. Isso também foi verificado em relação às agendas dos candidatos e ao horário eleitoral.

O Canal 21 deu prioridade ao subtema agenda dos candidatos, no qual o único tipo de enquadramento que esteve ausente foi o episódico. O mesmo aconteceu com relação às pesquisas eleitorais, mas ficando ausente desta vez o enquadramento avaliativo. Sobre debate político, o enquadramento mais utilizado foi o plural aberto (quatro reportagens) e sobre resultado eleitoral foi o tipo restrito, com duas matérias. Tanto entrevista com os candidatos como perspectiva eleitoral tiveram apenas uma reportagem e com o enquadramento plural fechado. Já as duas matérias sobre o horário eleitoral foram apenas do tipo avaliativo.

O número de reportagens sobre entrevista com os candidatos foi bem maior na Rede Bandeirantes do que no Canal 21 (sete e três matérias, respectivamente). O enquadramento informativo continuou prevalecendo em ambas as emissoras. O Canal 21 apresentou um maior número de reportagens com o enquadramento avaliativo.

### **Interpretativo Indireto ([link 2000 – Jornal SP](#))**

**Apresentador:** A candidata Marta Suplicy se emociona com o apoio do governador de São Paulo, Mario Covas. O governador chegou a adiar a internação no hospital para poder votar. (**Jornal São Paulo, Canal 21, 24/10/00**)

Verifica-se que não foram utilizados imagens de apoio nas reportagens que trataram sobre as entrevistas com os candidatos e naquelas sobre perspectiva eleitoral; nos demais subtemas elas estiveram presentes na maioria das matérias.

Mais uma vez a Rede Record e a TV Cultura serão analisados em conjunto. Durante o 1º turno, essas emissoras apresentaram poucas reportagens sobre a campanha, enquanto no 2º turno o número foi ligeiramente maior. Na Rede Record, o subtema pesquisas eleitorais teve um total de três reportagens, todas com o enquadramento do tipo restrito, as entrevistas com os candidatos contaram com três matérias, sendo uma do tipo plural aberto, uma do tipo episódico e uma do tipo restrito, foram abordadas em duas reportagens, uma do tipo plural aberto e a outra do tipo restrito, e o subtema resultado eleitoral, com a maior participação, teve cinco reportagens com o enquadramento restrito, uma com tipo plural aberto, uma com avaliativo e outra com o episódico. Prevaleceu o enquadramento do tipo informativo pelo apresentador, assim com as imagens de apoio.

Já na TV Cultura, os subtemas pesquisa eleitoral (duas matérias), debate (uma matéria) e resultado eleitoral (uma matéria) foram tratados nos telejornais, sendo que os enquadramentos foram do tipo restrito e uma outra reportagem sobre as pesquisas eleitorais era do tipo episódico. As imagens de apoio estiveram presentes, mais uma vez, apenas no subtema debate político e que foram cedidas pela Rede Bandeirantes.

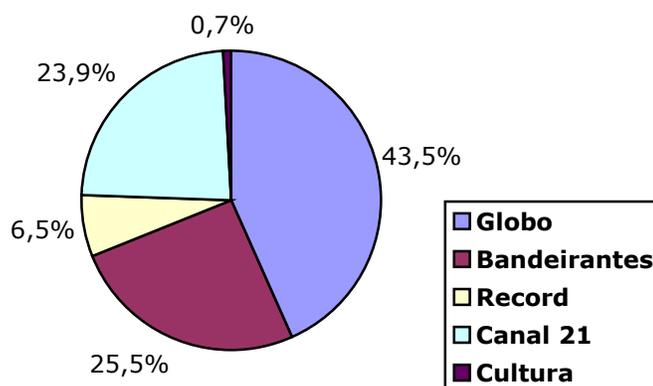
### **c) Os Candidatos**

Em 4 de setembro de 2000, o jornal SPTV, da Rede Globo, exibiu matéria sobre uma empresária paulista que denunciou fiscais corruptos da prefeitura de São Paulo. Segundo o repórter, esta denúncia – ocorrida alguns meses antes – tornou-se um escândalo e levou à prisão não só os principais envolvidos, como também a cassação de mandatos de vereadores e de um deputado que davam proteção à máfia dos fiscais. Dizia o repórter: “[a

denúncia] Levou muitas pessoas a combater ativamente a corrupção e mudou radicalmente a vida de Soraia. Hoje ela vive para a política. Só fala de política” [\(link 2000 - SPTV\)](#)

O fato pode não ter apenas mudado sua vida, mas também pode ter influenciado a cobertura da Rede Globo durante a eleição para a Prefeitura de São Paulo em 2000. A Globo foi a emissora que mais destacou as eleições em seu noticiário, sendo responsável por 43,5% das matérias analisadas. Em segundo lugar, ficou a Bandeirantes com 25,5%, em terceiro, o Canal 21, com 23,9%, a Record, com 6,5% e, em último lugar, a TV Cultura, 0,7%.

**Número de Matérias por Emissora**



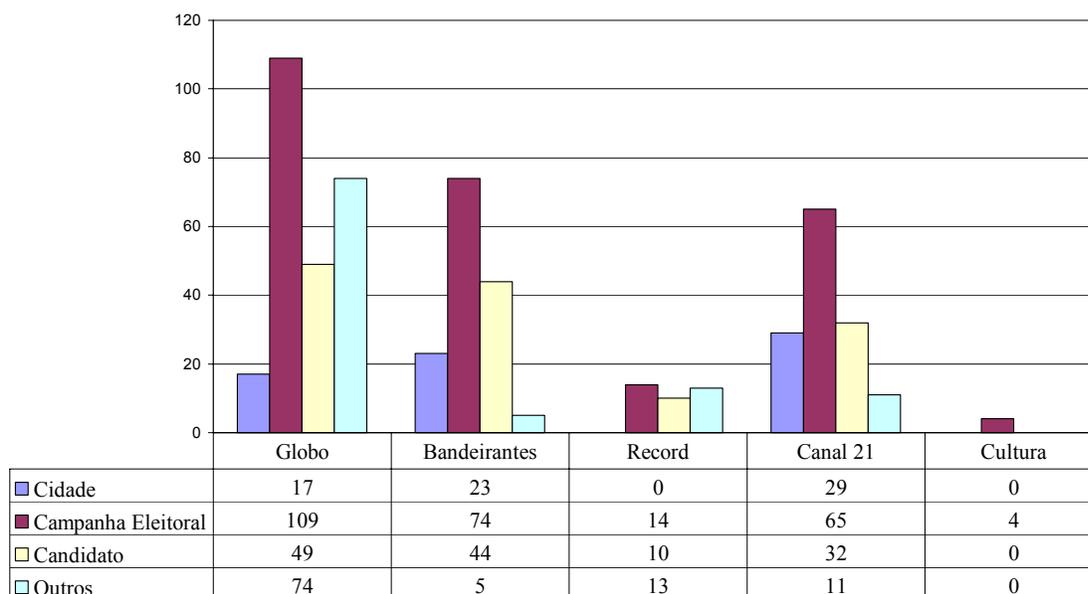
Na cobertura eleitoral, houve ainda porcentagem maior dos temas Campanha Eleitoral, com 46,4, e Candidatos, com 23,6, em relação aos demais. A TV Globo ainda é um bom exemplo. Vale citar a reportagem que foi ao ar em 5 de setembro, no SPTV, com a seguinte abertura: [\(link 2000 – SPTV\)](#)

"É dando que se recebe, disse São Francisco de Assis. Quando o Santo pronunciou a frase não pensava em eleição no Brasil. É dando dinheiro para campanha de político que muita empresa pensa em receber favores depois. Na raiz de quase todo escândalo de corrupção no Brasil está a caixinha de alguém tentando se eleger ou se reeleger. Para doar a uma campanha eleitoral muitas empresas criam o caixa dois, o dinheiro que é ilegal, não é declarado ao Fisco. Os políticos que recebem também não declaram e por isso que se diz que para cada real gasto legalmente numa campanha eleitoral, pelo menos outro real foi recebido e gasto por debaixo do pano".

## 1º turno: Uniformidade Eleitoral – A Restrição do TSE e o Dia-a-Dia em Pauta

No 1º turno, o acompanhamento das emissoras por temas ressalta que as TVs Globo e Bandeirantes deram mais destaque ao tema Campanha Eleitoral, sendo responsáveis por mais da metade das matérias analisadas nesta categoria. O mesmo acontece no tema Candidatos.

**Temas X Emissoras**



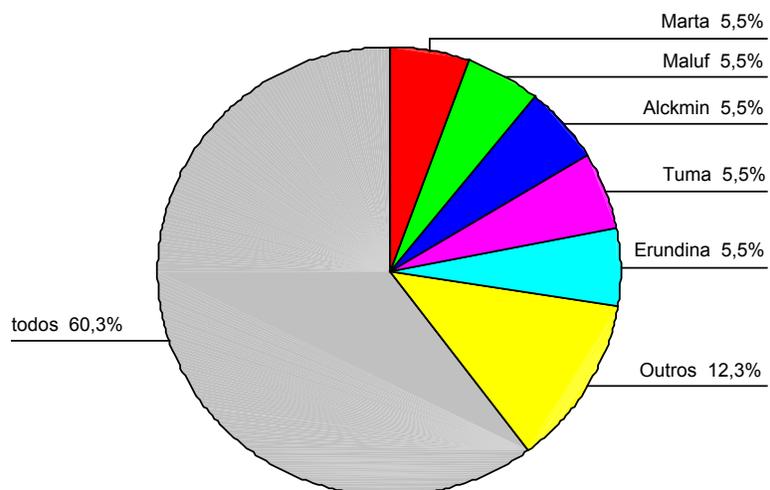
Vale ressaltar que o início da gravação das matérias para a pesquisa coincide com o início do Horário Eleitoral Gratuito. Portanto, a mídia passa a dedicar mais espaço na sua grade à corrida eleitoral.

A maioria dos candidatos foi apresentada nas matérias classificadas como Declarações, provavelmente, registrando o acompanhamento do dia-a-dia das campanhas e também em função da restrição imposta pelo TSE quanto à cobertura desigual dos candidatos. Em matéria sobre debate exibida pelo Canal 21, por exemplo, foi reproduzida pelo menos uma declaração de cada um dos participantes, em geral, afirmando seu interesse em governar São Paulo e propostas para o desenvolvimento da cidade.



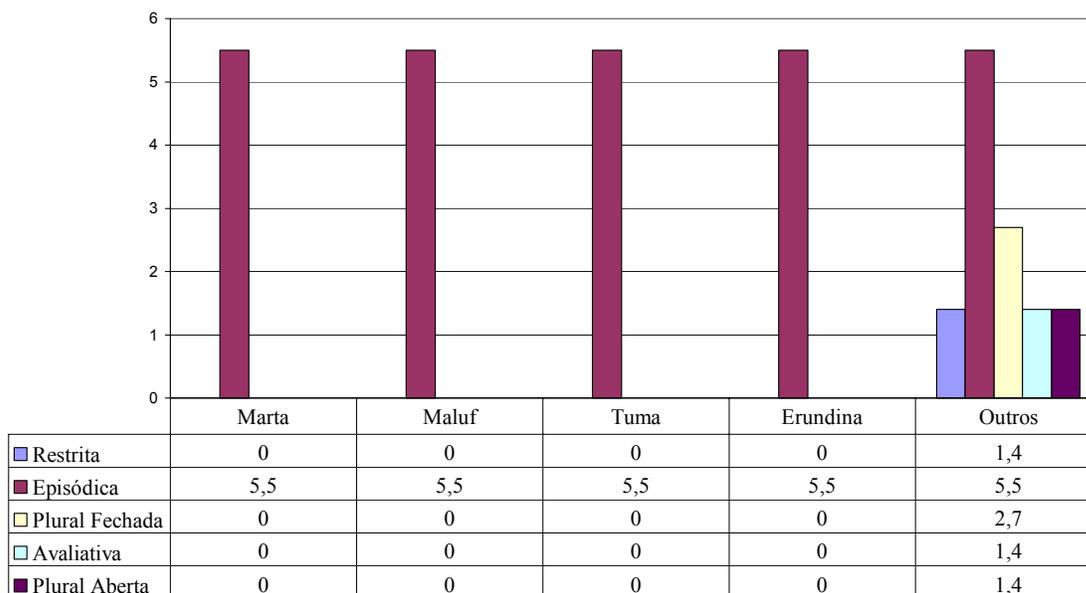
No primeiro turno, há ainda uma uniformidade na quantidade de vezes que os cinco principais candidatos aparecem relacionados aos temas Campanha Eleitoral e Candidatos.

### Candidatos no 1º Turno



No item Enquadramento da Matéria, as estatísticas apontam para Episódica, isto é, as matérias analisadas podem ter se dedicado apenas ao registro de fatos cotidianos de campanha; conforme exposto abaixo.

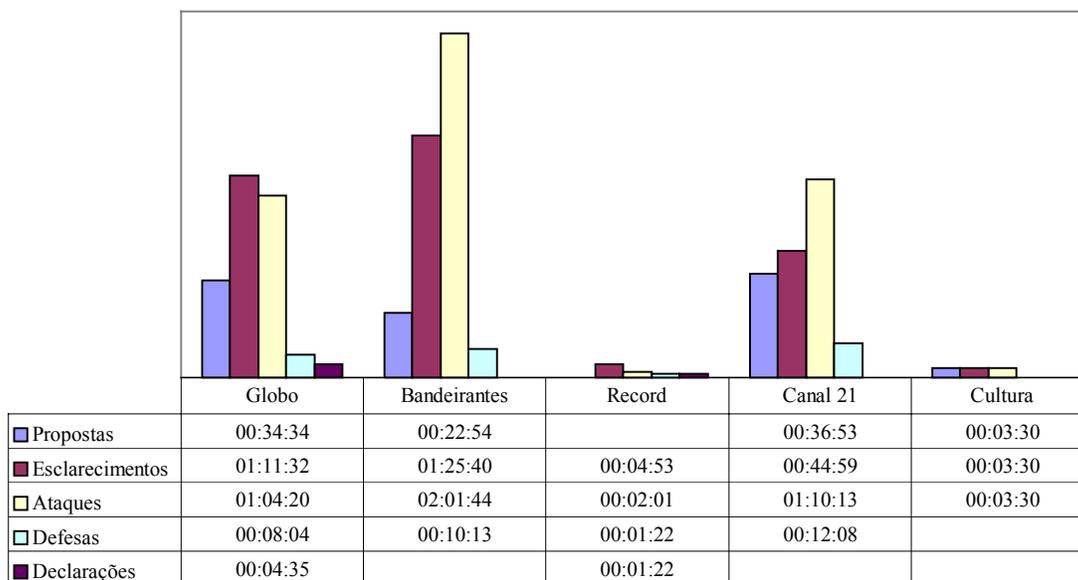
**Enquadramento da Matéria - Candidatos**



## **2º turno: Acirramento da Polarização – Quando a Campanha Efetivamente Começa.**

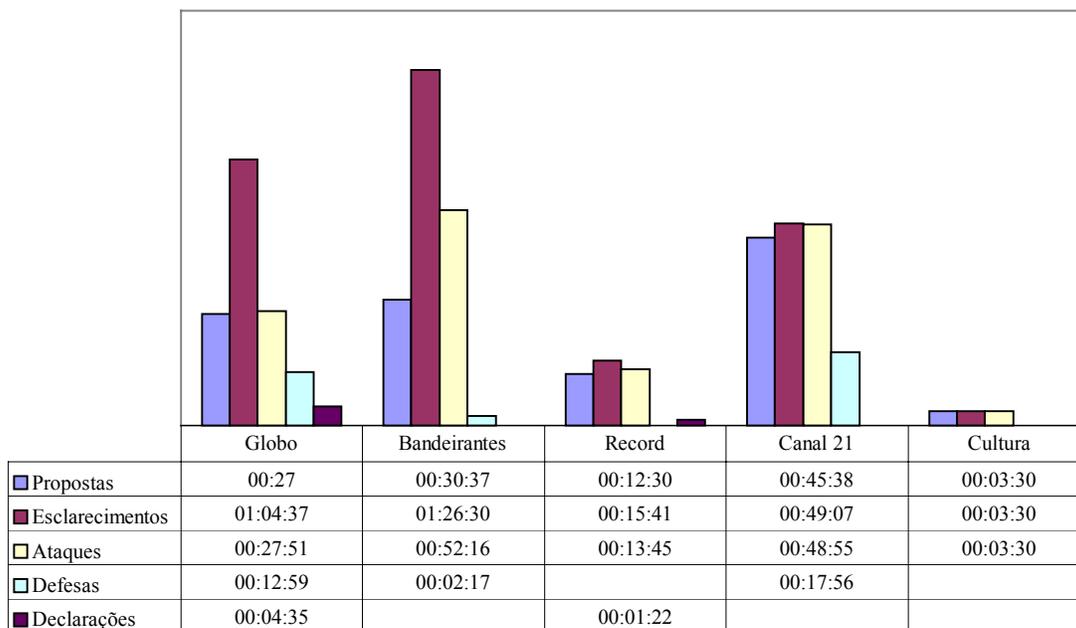
O tempo de exposição dos candidatos nos telejornais é muito relativa, pois o candidato Paulo Maluf foi o que obteve o maior tempo de exposição no 2º turno deste processo eleitoral, no entanto essa cobertura não significa uma valoração positiva de sua imagem. Maluf ocupou 10h07m57s no total de aparição em todas as emissoras. Na Globo o candidato teve 3h03m05s; na Band, 4h00m31s; no Canal 21, 2h44m13s; na Record, 0h09m38s, e na Cultura, 0h10m30s. O candidato Maluf partiu para o ataque cerca de 4h21m48s, portanto mais da metade de suas aparições foram dirigidas para atacar sua opositora, conforme gráfico abaixo:

### Maluf - Tempo



A candidata Marta Suplicy ocupou 8h44m06s, sendo a seguinte distribuição: Globo, 2h17m02s; Band, 2h51m40s; Record, 0h43m18s; Canal 21, 2h41m36s, e Cultura, 0h10m30s. A maioria das aparições de Marta foi para prestar esclarecimentos, isto não significa afirmar que a candidata se posicionou menos, mas podemos interpretar como uma possibilidade de deixar mais claras suas posições políticas e sua proposta de governo face à predominância dos ataques de seu opositor, conforme gráfico abaixo:

### Marta-Tempo



A análise de Gabriel Priolli (TV Cultura e TV PUC-SP), no que diz respeito à aparição de Maluf, afirma que a mídia de modo geral prioriza o personagem polêmico e que dá audiência:

“Eu (Gabriel Priolli) posso odiar o Maluf, mas posso abrir duas páginas para o Maluf se ele me der mais audiência, mais leitura no jornal para aquele fato. Se existem dois fatos bons, um com um camarada que vai me dar boa audiência e um que vai dar pouca, eu vou privilegiar o que vai me dar audiência, é claro”<sup>15</sup>.

Para Mariana Caetano (O Estado de S. Paulo), a explicação do porque do destaque a Maluf é a seguinte:

“Em relação ao Maluf eu cobri durante boa parte da minha vida de repórter desde que eu comecei a trabalhar em política sempre tive que colar no Maluf, ser carrapato do Maluf e eu diria que eu não vejo essa, talvez essa condescendência em relação a ele, pelo menos ali onde eu estou trabalhando. Em compensação, por exemplo, tem a coisa do policiamento pessoal etc., até onde eu sei quer dizer, eu sempre consegui de alguma forma tratar o Maluf, apesar de suas opiniões, de maneira respeitosa e é isso que faz no fundo as coisas

<sup>15</sup> Workshop “Mídia, Marketing Político e Processo Eleitoral”, realizado na PUC-SP em 24/08/01.

funcionarem também, é fundamental para que o trabalho possa correr tranqüilamente que você tenha uma noção de ética”<sup>16</sup>.

A estratégia do candidato Paulo Maluf aponta para o ataque, com 66,1%, e o esclarecimento, 55,7% das matérias<sup>17</sup>. Já com a candidata Marta Suplicy registra-se o inverso: 63,5% (esclarecimento) e 52,9% (ataque). Os resultados podem ser explicados pelas estratégias de campanhas. Além disso, o acirramento da polarização se acentua com os dois finalistas e suas propostas. A mídia direciona seu acompanhamento para os candidatos, e suas declarações mais polêmicas acabam “rendendo” mais novidades diárias. No telejornal Band Cidade, do dia 02 de outubro de 2000, os candidatos Paulo Maluf e Marta Suplicy fazem declarações:

**Marta Suplicy** [sobre as facilidades e dificuldades de enfrentar Maluf] - "De um lado é mais fácil enfrentá-lo pela enorme rejeição que ele tem na cidade. É mais difícil pra mim como personalidade. Eu detesto gente que não fala a verdade. Detesto falar com gente que enrola. Detesto falar com gente que não adianta argumentar porque responde uma mentira".

**Paulo Maluf** [sobre o PT e sua concorrente] - "Eu não vou dizer que a dona Marta fez alguma coisa pela cidade porque ela nada fez, mas eu sei que o PT representa tudo aquilo que o brasileiro repudia. (...) Não vou fazer nenhum acordo mais que possa cheirar troca de cargos, nomeação de secretários, nomeação de parentes. Eu quero entrar na prefeitura de São Paulo descomprometido com a classe política e comprometido com o povo".

No item Enquadramento da Matéria, analisamos que a situação da candidata Marta Suplicy é bastante significativo. As matérias classificadas como Plural Aberta referentes a Esclarecimento representaram 27,7%, sendo também a maior porcentagem. Isto indica que houve espaço para a candidata expor suas opiniões. O posicionamento dos âncoras do SP-TV, Chico Pinheiro e Mariana Godoy, também reforçavam a necessidade de mudar a política, reforçando a idéia de mudança e de renovação nos quadros da política paulistana:

**Chico Pinheiro** - "Você viu aí como é importante a eleição de primeiro de outubro, não é Mariana? Porque é uma eleição municipal que mexe de perto com a vida. Agora para mudar

---

<sup>16</sup> Workshop “Mídia, Marketing Político e Processo Eleitoral”, realizado na PUC-SP em 24/08/01.

<sup>17</sup> Neste item, a porcentagem passa dos 100% pois a mesma matéria pode apresentar mais de um tipo de enquadramento do candidato.

é preciso que todos nós que somos eleitores tenhamos muito cuidado na hora de votar" (**SP-TV, 1ª edição, Globo, 04/09/00**). ([link 2000 – SPTV](#))

Por outro lado, o candidato Paulo Maluf apresentou, no mesmo item, maior porcentagem (30,9%) de Ataque, confirmando a postura dele e o espaço na mídia para tal comportamento. Uma matéria do Jornal SP, do Canal 21, de 9 de outubro, repercutiu a declaração de seu ex-afilhado político Celso Pitta sobre ter votado em branco. Maluf respondeu atacando Marta. Disse que a candidata era uma opção terrível porque não tem nenhuma experiência e seria manipulada e comandada pelo PT. “Sabemos que é o partido (PT) que vai invadir a avenida Paulista, que é o partido que invadiu o Ibirapuera e ficou lá acampado 90 dias”.

Comparando os subtemas e os tipos de matérias referentes a Marta Suplicy, podemos afirmar que suas matérias sobre a candidata evidenciavam 16,4% de Ataque. As alianças também apontaram 10,1% de matérias de Esclarecimento. A candidata recebeu apoio de Luiza Erundina e Geraldo Alckmin (Band Cidade, 02/10/00):

**Luiza Erundina** - "Vou recomendar o voto do meu partido, dos meus companheiros de partido à Marta Suplicy. Dependendo de como vamos estabelecer essa participação. Porque se fosse tão automática essa adesão, significaria que não teria havido diferenças. Tem diferenças”.

**Geraldo Alckmin** - "O partido vai discutir. O apoio a ele (Maluf) é impossível. O que a gente queria era dispensá-lo do segundo turno”.

Nas matérias referentes a Paulo Maluf, destaca-se Ataque (20,8%) e a necessidade de esclarecer apoios (10,9%):

“Eu sou contra o aborto. Eu acho que ninguém tem o direito a tirar a vida de alguém que foi concebido. Ninguém tem esse direito” (**SP-TV 2ª edição, Globo, 09/10/00**).

Paulo Maluf falando sobre cartazes associando Marta à figura de Lula:

"Ela não tem a menor experiência comprovada. Ficou 04 anos em Brasília e não tem nenhum projeto de interesse da cidade de São Paulo. Não entro em mérito sobre sexo, sobre preferência sexual”(**Jornal São Paulo, Canal 21, 09/10/00**).

Os candidatos no 1º turno das eleições não aparecem individualmente, somente foram citados seus nomes por ocasião da divulgação das pesquisas eleitorais, e isto pode ser

explicado pela rígida legislação eleitoral que impedia qualquer aparição de candidatos isolados – pela legislação, todos os candidatos deveriam ter o mesmo tempo nos telejornais. Tal legislação inviabilizou a aparição de todos os candidatos, visto que tivemos cerca de 15 candidatos.

Os candidatos Marta Suplicy, do PT, e Paulo Maluf, do PPB, só apareceram no 2º turno, momento em que as propostas, divergências, ataques, coligações, apoios se fizeram presentes.

Os telejornais neste 2º turno se limitaram a acompanhar a agenda dos candidatos, a divulgar as pesquisas eleitorais e a divulgar os debates que iriam ocorrer nas respectivas emissoras, no caso a TV Globo e a TV Bandeirantes e Canal 21.

#### **d) O Tema Outros**

Podemos não perceber a importância do tema Outros no processo eleitoral do ano 2000, mas, analisando cuidadosamente, veremos que os subtemas Utilidade Pública, Administração Pitta, Sociedade Civil e Legislação Eleitoral ocuparam relevante espaço nos telejornais do período analisado.

Das 573 reportagens analisadas nesta pesquisa, 103 se encaixam na categoria Outros, perfazendo 18% do total, número maior às dedicadas ao tema Cidade (69), com um percentual de 12%.

Porém, na análise por tempo, o tema Outros encontra-se atrás de Cidade. Suas reportagens são 6% mais numerosas, no entanto, o tempo disponibilizado é 1h13m50s menor. Observando as emissoras que transmitiram reportagens referentes ao tema, notamos uma maior concentração na Rede Globo (73,10%), que dedicou 3h02m38s. Depois, com grande distância, encontramos a TV Record (11,10%) com 0h14m57s.

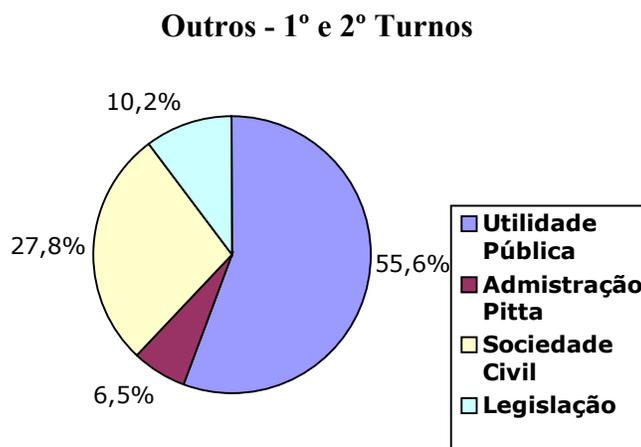
Quando tomamos como objeto os dois turnos separadamente, vemos um declínio bastante acentuado na ocorrência de reportagens dedicadas ao tema Outros do primeiro para o segundo. No primeiro turno foram exibidas 286 reportagens, das quais 30,8% (88 reportagens) se referiam ao tema Outros. Porém, no segundo turno, apesar de ser exibido quase o mesmo número que no anterior (285), somente 15 referem-se ao tema, perfazendo 5%.

Não é suficiente analisar somente de forma quantitativa a veiculação dessas reportagens, é necessário também tomar critérios qualitativos para melhor interpretação do fenômeno.

Do total de reportagens classificadas dentro do tema Outros, 49 limitaram-se a relatar o evento apresentado, não trazendo nenhuma interpretação dos fatos, ou seja 46,2% foram matérias Episódicas. O apresentador em 63,8% das vezes limitou-se a relatar o evento, não sendo proferida nenhuma interpretação sobre seu conteúdo. Quando analisamos o uso da imagem podemos afirmar que neste tema a maioria das matérias é elaborada com o uso de imagens de apoio, 74,5%.

### Subtemas

Estudar somente o tema Outros, de forma total, seria trabalhar precariamente todos os dados obtidos. Desta forma, optou-se por trabalhar também com cada um dos subtemas. O gráfico abaixo mostra a porcentagem dos subtemas durante os dois turnos eleitorais.



### **Utilidade Pública**

As reportagens classificadas como Utilidade Pública ensinavam o uso da urna eletrônica; informavam os horários de votação; onde e quando poderiam ser retirados os títulos eleitorais; qual a documentação necessária para votar; a greve dos funcionários do Tribunal Regional Eleitoral, entre outros.

Nos dois turnos eleitorais, contamos 60 reportagens referentes a este subtema, perfazendo 55,6% das reportagens dedicadas ao tema Outros. Separando o período eleitoral teremos no primeiro turno a ocorrência de 46 reportagens (51,1%) e no segundo, 14 (77,8%). Lembremos que a alta porcentagem alcançada no segundo turno deve ser analisada considerando que este período teve 18 ocorrências sobre o tema Outros.

O enquadramento dado à matéria foi episódico em 31,5% dos casos, e o apresentador limitou-se a relatar o fato em 65,8% dos casos.

### **Administração Pitta**

Na época em que as eleições foram realizadas, Celso Pitta era prefeito da cidade de São Paulo e havia sido secretário das finanças durante a gestão de Paulo Maluf. Pitta estava sendo acusado de corrupção, a prefeitura de São Paulo não tinha como honrar seus compromissos financeiros, houve pedido de *impeachment* e foi movida uma ação popular contra sua permanência no cargo. Era difícil deixar de relacionar Celso Pitta com a administração Maluf, mesmo depois do rompimento formal entre eles.

Para esse assunto foram dedicadas 7 reportagens nos dois turnos eleitorais (6,5%).



Neste subtema as matérias foram tratadas de forma episódica em 31,5% dos casos ou somente uma interpretação foi feita, 24,6% das ocorrências. Ao tratar da administração Pitta os telejornais fizeram uso de imagens de apoio, inserindo como instrumento auxiliar imagens da própria cidade administrada por Celso Pitta. Os locutores se limitaram a narrar o fato, sem expressar opinião em 65,8% das veiculações referentes ao subtema.

### **Sociedade Civil**

Neste subtema encontram-se reportagens sobre organizações não-governamentais a favor do voto, comunidades que se reúnem para debater as idéias dos candidatos, a conscientização política de indivíduos de diversas faixas etárias ou gênero (jovens, idosos), como a que segue **(link 2000 – SPTV)** :

“Os donos do poder que se cuidem. Os homens sempre mandaram, mas vão ganhar concorrência. Nem bem completou 16 anos Fernanda Rocha foi buscar o seu título de eleitora, com um objetivo declarado:

"Desde que eu sou pequena eu quero ser presidente do Brasil. Mas é uma coisa que,tenho certeza, é muito difícil. Agora acho que o difícil não significa impossível. Eu vou tentar. Mulheres elegendo ou sendo eleitas é coisa recente na história brasileira. Tanto é assim que

ainda tem gente que votou na primeira vez que as mulheres puderam participar de uma eleição". (Fernanda Rocha, 16 anos, com Anna Maria Machado, 83 anos.)

**Fernanda** - Olha como é diferente. Diminui! É um quarto do que era.  
Anna Maria Machado: Não tem nem retrato!

Foi em 1935 lembra Anna Maria Machado. Foi o conturbado ano da intentona, Luis Carlos Prestes e pouco antes que Getúlio Vargas se tornasse um ditador.

**Anna Maria Machado** - A coisa mais importante é a liberdade.  
Dona Anna Maria Machado tem muitas outras recordações daquela época, especialmente a conquista de um direito.

**Anna Maria Machado** - Você precisa votar porque é um direito que você tem. A gente, mulher, não deve desistir de nenhuma de suas prerrogativas. Você tem que ser sempre fiel a você mesma, ao seu ideal. Você tem um ideal então seja fiel ao seu ideal." (SPTV 1ª Edição, Rede Globo, 08/09/2000).

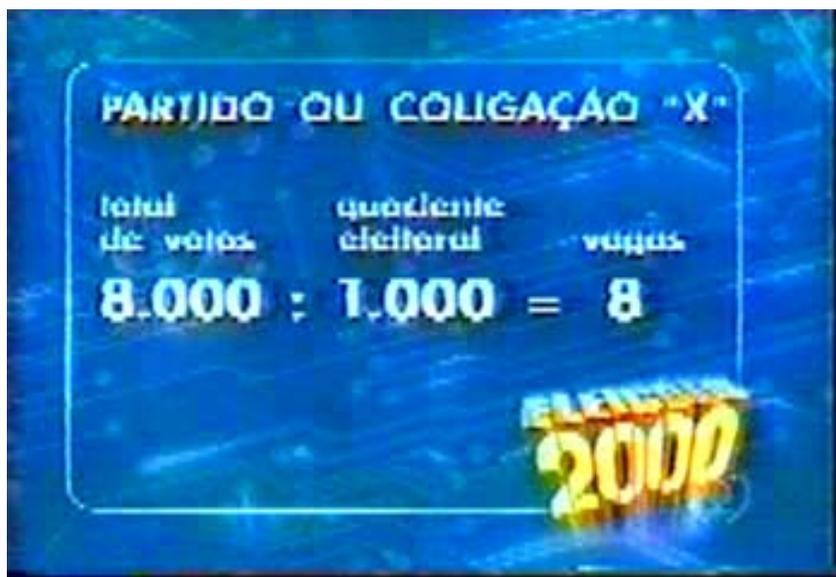


Sociedade Civil ocupa 27,8% (30) do total de reportagens apresentadas no tema Outros. Porém, essa porcentagem não se distribui igualmente nos dois turnos. No primeiro turno vão ao ar 28 notícias referentes ao subtema (31,1%), enquanto no segundo cai para 2 (11,1%). Durante o primeiro turno a Rede Globo veiculava a série especial Eleições 2000, que deixou de ir ao ar no segundo turno, em que se encontrava a maioria das reportagens classificadas como sociedade civil.

Embora 31,5% das matérias deste subtema sejam classificadas como Episódicas, 24,6% já mostram uma interpretação do fato e ainda 13,9% são Avaliativas, ou seja, enfatizam o teor avaliativo em suas apresentações. Quando analisamos a categoria Apresentador, encontramos 65,8% classificados como informativos, mas também é possível notar que 10,6% fazem uma interpretação direta do acontecimento, 11,5% relata a interpretação de um terceiro e 12,1% fazem realmente uma avaliação do apresentado. Somando essas três categorias nas quais as opiniões são expressas, obtemos 34,2%, ou seja, um percentual bastante alto para um jornalismo chamado isento.

### Legislação Eleitoral

Legislação engloba explicações sobre voto na legenda, julgamento da validade da candidatura de Collor de Melo.



Este tema aparece em 11 das reportagens apresentadas durante o período eleitoral, representando 10,2% do tema Outros. É importante notar que esse assunto só foi abordado no primeiro turno.

Em 65,8% das reportagens pertencentes a essa categoria teve um enquadramento episódio. Imagens de apoio foram usadas em 69,1% e em 31,5% não foi apresentada nenhuma opinião sobre o conteúdo trabalhado.

Ao analisar o tema Outros percebeu-se que este ocupou um espaço relevante na programação dos telejornais durante o período eleitoral do ano 2000. Esta constatação não se resumiu ao número de matérias ou ao tempo dedicado. Antes de tudo, é necessário considerar que o conteúdo da maioria das reportagens inseridas nesta categoria enfatizou a importância da cidadania, seja ensinado a votar, esclarecendo o funcionamento do processo eleitoral, ou mostrando depoimentos enaltecendo a importância do escrutínio; assuntos relevantes em um processo eleitoral, podendo influenciar no voto do eleitor.

#### **e) A TV Globo e a série especial “Eleições 2000”**

Os telejornais locais estão assumindo uma posição de destaque na cobertura jornalística da televisão brasileira. Cada vez mais os cidadãos estão preocupados com questões locais, que interferem diretamente na sua vida cotidiana.

Atendendo a um apelo comercial e mercadológico, as emissoras brasileiras ampliaram seu espaço para a cobertura de problemas relacionados às cidades. Dos canais abertos, pode-se registrar a presença de oito telejornais locais, distribuídos do seguinte modo: três telejornais da Rede Globo (Bom Dia São Paulo, SP-TV 1ª edição e SP-TV 2ª edição); dois telejornais da TV Cultura (Matéria Pública e Diário Paulista); um da Rede Bandeirantes (Band Cidade); um do Canal 21 (Jornal São Paulo); e um da Rede Record (SP Notícias).

Na cobertura jornalística das eleições municipais de 2000, a emissora que mais se destacou em tempo foi a Rede Globo, seguida da Rede Bandeirantes, depois Canal 21 e posteriormente a TV Cultura. É importante esclarecer que naquele período eleitoral a TV Cultura estava sofrendo uma mudança de direção e de orientação no setor do jornalismo, havendo sido cancelados alguns jornais locais da emissora. Também precisamos esclarecer que o Canal 21 é uma emissora vinculada à Rede Bandeirantes e que funciona no sistema UHF de televisão.

A Rede Globo tem como política editorial valorizar o departamento jornalístico e por isso possui sete telejornais, além do programa Fantástico que também apresenta destaque para blocos de notícias jornalísticas. A preocupação do presente texto é analisar a cobertura que a emissora fez do ponto de vista qualitativo da série especial “Eleições 2000”.

### **Telejornalismo Local**

Na avaliação de Venício Lima, “o telejornalismo local, que sofre também as transformações que atingem a televisão como um todo, é uma área de estudos praticamente inexplorada entre nós” (LIMA, 2001, p. 254).

A Rede Globo, obedecendo orientação do setor de Jornalismo, implementou o que se denomina “jornalismo comunitário”, criado em 1998, e que teve como objetivo aproximar o telejornal das comunidades e/ou cidades da Região Metropolitana de São Paulo, área coberta pelo SP-TV 1ª e 2ª edições. A 1ª edição do SP-TV transformou-se num canal possível de relacionamento entre os ‘consumidores’ insatisfeitos com a gestão da cidade e seus administradores, seja diretores de empresas municipais e/ou estatais ou prefeitos eleitos pelo povo. A tribuna é montada e as reclamações e/ou reivindicações são feitas. A equipe do SP-TV acompanha se tais reclamos foram atendidos. Afirma-se a todo o momento que os direitos da cidadania devem ser defendidos, neste sentido eles se colocam como os ‘paladinos da justiça’.

Segundo Lima, “o apresentador do DF-TV (estudo de caso de Lima) se transforma, assim, numa espécie de ‘ouvidor-geral’ e pede explicações em nome da ‘população’. Manifesta-se aqui, com clareza, uma contradição do jornalista que se considera ao mesmo tempo ‘profissional’ e ‘representante do público’” (LIMA, 2001, p. 265).

Essa mesma análise feita por Lima pode ser trabalhada nos telejornais de São Paulo. Foi a partir de 1998 que a linha editorial se modificou, também com a entrada de âncoras como os jornalistas Chico Pinheiro e Mariana Godoy que expressam suas opiniões pessoais durante as exposições das matérias no SP-TV 1ª edição.

Luiz Martins em um artigo publicado no Observatório da Imprensa<sup>18</sup> do dia 29 de maio de 2002, intitulado *Civic Journalism – um gênero que o Brasil começa a conhecer*, afirma que este gênero de jornalismo, surgido nos EUA no ano de 1933, tinha como objetivo estimular o voto entre os americanos e era identificado como um jornalismo ligado ao patriotismo e aos símbolos nacionais.

Outra concepção utilizada foi a de *public journalism* ou ‘jornalismo público’, identificado como um jornalismo ‘chapa branca’, ligado às esferas do poder. Na avaliação de Martins, a aceção mais adequada para caracterizar este gênero de jornalismo é o ‘jornalismo cidadão’, ou o ‘jornalismo comunitário’, próximo aos propósitos do *civic journalism*. Essa questão relacionada aos gêneros jornalísticos e à concepção que norteia a série especial da Rede Globo é semelhante ao *civic journalism*.

“Há jornalistas e empresas jornalísticas, no entanto, que não se contentam em noticiar os fatos. Querem também se empenhar na busca das soluções, para isso interagindo diretamente com os cidadãos, com as comunidades e com suas mobilizações” (MARTINS, 2002).

Luiz Martins em um artigo intitulado “Civic Journalism – um gênero que o Brasil começa a conhecer”, afirma que este gênero de jornalismo surgido nos Estados Unidos da América no ano de 1933 tinha como objetivo estimular o voto entre os americanos e era identificado como um jornalismo ligado ao patriotismo e aos símbolos nacionais.

Além desta concepção de Jornalismo Cívico, também se utiliza para analisar este tipo de jornalismo, o “public journalism” ou “jornalismo público”, para identificar um jornalismo “chapa branca”, ligado às esferas do poder. Na avaliação de Martins, a aceção mais adequada para caracterizar este gênero de jornalismo é o “jornalismo cidadão” ou “jornalismo comunitário”, muito próximo aos objetivos políticos e educativos do “jornalismo cívico”.

No caso específico do jornalismo adotado pela Globo na elaboração e edição desta série especial, pode-se afirmar que a concepção que norteia esta série é semelhante ao “civic journalism” ou, na concepção brasileira, “jornalismo comunitário”. “Há jornalistas e empresas jornalísticas, no entanto, que não se contentam em noticiar os fatos. Querem

---

<sup>18</sup> Disponível no sítio [www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br)

também se empenhar na busca das soluções, para isso interagindo diretamente com os cidadãos, com as comunidades e com suas mobilizações” (Martins, site OI, 29/05/2002).

### Série “Eleições 2000”

A Rede Globo programou para todas suas afiliadas uma série especial sobre as ‘**Eleições 2000**’<sup>19</sup>, que tinha como objetivo discutir questões gerais como a importância do voto, problemas das cidades, corrupção, papel dos vereadores e do prefeito, e foi retransmitida no horário dos telejornais locais. No caso específico de nosso estudo, analisaremos o SP-TV 1ª e 2ª edição.

O **sítio** da Central Globo de Jornalismo, voltada exclusivamente para suas afiliadas, explicava os detalhes daquele processo eleitoral e estabelecia rígido controle da atuação delas. Também visava padronizar a cobertura jornalística, explicando as possibilidades e as proibições de suas afiliadas na cobertura local.

No *link* **Cobertura**, a Globo estabelecia o seguinte: “A cobertura das eleições municipais deve ser pautada pela isenção e pelo equilíbrio editorial. Esperamos que com a experiência adquirida nos últimos anos e com o compromisso de desenvolver um trabalho imparcial, possamos chegar ao final de 2000 sem um episódio sequer que prejudique nossa credibilidade perante a opinião pública”.

O conteúdo da **Legislação Eleitoral** também foi apresentado envolvendo desde as resoluções que regulamentavam o registro dos candidatos, até explicações sobre aplicação dos recursos nas campanhas eleitorais. Todas as resoluções, decretos e leis foram veiculadas pelo sítio da emissora para que suas afiliadas pudessem tomar conhecimento e acompanhar os passos dos candidatos e possíveis irregularidades que deveriam ser divulgadas.

Para que as afiliadas não incorressem em erros que poderiam implicar multas, a TV Globo, através de seu **Departamento Jurídico**, realizou um detalhamento da legislação eleitoral, com o calendário eleitoral, o tempo de propaganda eleitoral, prazos, formato e utilização dos espaços por cada partido e/ou coligações. O alerta da emissora foi para a

---

<sup>19</sup> Todas as informações da série especial foram retiradas do site da Central Globo de Jornalismo veiculadas durante o período das eleições municipais de 2000.

possibilidade de debates: nos dois turnos, caso houvesse, todos os candidatos deveriam ter o direito de participar.

A TV Globo também estabeleceu **Normas Gerais** que deveriam ser seguidas e obedecidas pelas suas afiliadas:

“As normas abaixo devem ser seguidas rigorosamente pelas Praças Globo e emissoras afiliadas.

1. É vedado:
  - a- Dispensar tratamento diferenciado a candidato;
  - b- Acompanhar a cobertura de eventos de campanha com comentários que possam influenciar a opinião pública;
  - c- Criar a figura do repórter setorista de candidato ou de Partido;
  - d- Veicular releases eletrônicos, material de campanha produzido pelas equipes contratadas por Partidos ou por candidatos;
  - e- Ceder, para candidatos ou Partidos, material gravado pela Rede Globo.
2. O formato dos telejornais não pode ser modificado por causa do período eleitoral.
3. Qualquer projeto de cobertura jornalística especial relativa às eleições deve ser submetido à direção da Central Globo de Jornalismo.
4. Nenhum profissional da CGJ poderá:
  - a- Viajar a convite de candidatos ou de Partidos. Quando escalado para cobertura jornalística, todas as despesas correrão exclusivamente por conta da empresa;
  - b- Participar de campanhas políticas (não será concedida licença por prazo determinado para que qualquer funcionário da CGJ preste serviços a candidatos ou a Partidos. O funcionário que se desligar da empresa para participar de campanhas só poderá ser readmitido daqui a cinco anos);
  - c- Usar ou exibir propaganda eleitoral – *buttons*, camisetas, adesivos etc. nas dependências da empresa”.

Um outro aspecto importante ressaltado pela TV Globo refere-se às **Pesquisas Eleitorais** que deveriam ser divulgadas obrigatoriamente por todas as afiliadas. A própria Globo contratou naquela ocasião o Instituto de Pesquisa Ibope para realizar suas pesquisas

e, nas recomendações, destacou que também deveriam ser divulgados dados eleitorais de outro instituto de pesquisa.

As regras estabelecidas pela Rede Globo priorizavam a visão de imparcialidade, de distanciamento das candidaturas e de preservação da objetividade na cobertura jornalística das eleições municipais de 2000.

- 1- Para controlar o processo de produção de programas voltados a esse período eleitoral, a Central Globo de Jornalismo produziu uma **série especial sobre eleições**, que deveria ser exibida por todos os jornais locais das afiliadas.

A orientação do Departamento de Jornalismo era de que as afiliadas fizessem averiguações sobre estes temas em suas “praças”, e apresentassem propostas interessantes para serem incorporadas na série. Esta incorporação dependeria de uma avaliação e dos interesses editoriais da emissora.

As matérias jornalísticas desta série especial foram veiculadas no período de 31 de julho a 29 de setembro de 2000<sup>20</sup>, perfazendo o total de 45 programas.

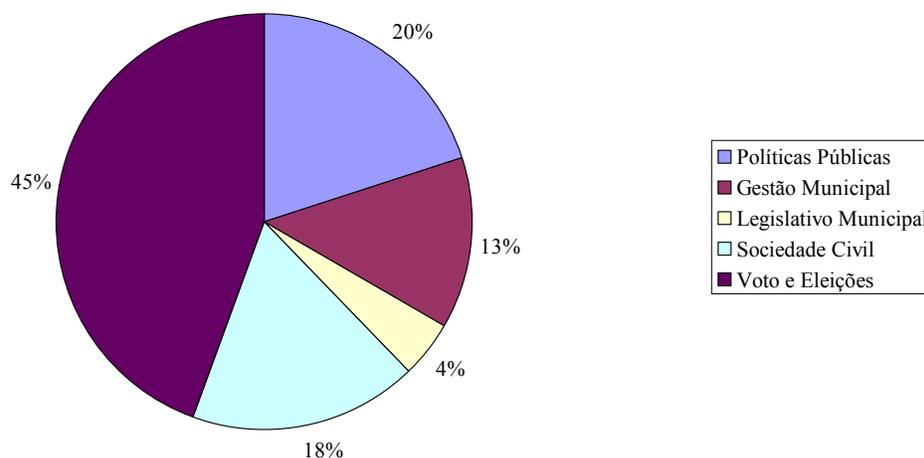
### **Categorias Trabalhadas pela Série Especial**

Para analisar o conteúdo desta série especial, organizamos os programas segundo a ênfase dada nas matérias: políticas públicas; gestão municipal; legislativo municipal; sociedade civil; voto e eleições.

---

<sup>20</sup> Conforme esclarecemos anteriormente, os telejornais começaram a ser gravados no dia 15 de agosto de 2000. Para analisar a série especial, conseguimos obter a gravação dos telejornais da TV Tribuna que cobre a Baixada Santista, desde o dia 31 de julho, com isso pudemos observar que o posicionamento dos apresentadores dos telejornais de Santos e de São Paulo é bem diferenciado.

### Série Especial Eleições 2000 da Rede Globo



Na categoria **Políticas Públicas** entraram as matérias que trabalharam com as seguintes temáticas: descentralização da saúde; ensino fundamental; política de segurança; desemprego; projetos ‘baratos’; recuperação de drogados; política habitacional; transporte coletivo; jovens e primeiro emprego.

Na categoria **Gestão Municipal** entraram as matérias que trabalharam com as temáticas: problemas das metrópoles e cidades pequenas; orçamento da prefeitura; avaliação de gestões municipais; Lei de Responsabilidade Fiscal; administração da cidade e orçamento; experiências de orçamento participativo.

Na categoria do **Legislativo Municipal** foram computadas as matérias que trabalharam com a temática analisando: a importância do Legislativo municipal; a Câmara e os vereadores.

Na categoria **Sociedade Civil** apareceram matérias que se preocupavam com as seguintes temáticas: políticos e religião, política e sindicatos; política nas empresas; ONGs (Organizações Não-Governamentais); personagens da sociedade civil: índio Florêncio, Paulo de Oliveira, nego de Mato Grosso do Sul, Zilda Arns.

A categoria **Voto e Eleições** foi a que mais se destacou nas matérias desta série especial e abordou as seguintes temáticas: importância das eleições; políticos e promessas; votação eletrônica; critérios para a escolha de candidatos; esperança de eleitores que se

desiludiram com a política; eleitores de mais de 70 anos; participação política; dinheiro de campanhas; participação de jovens de 16 e 17 anos; papel das mulheres; lei de combate à corrupção eleitoral; voto não é mercadoria; promotor eleitoral; compra de voto; voto obrigatório; voto nulo; voto em branco; votar na legenda; debate em grupo; chamada para o eleitor votar.

Para analisar como essas categorias foram trabalhadas pela emissora Globo, optamos por apresentar os conteúdos sucintos dos 45 programas e reproduz somente as matérias mais expressivas destas cinco categorias.

### **Políticas Públicas**

O programa do dia 21 de agosto 2000 teve como tema privilegiado a **política de habitação** e as possibilidades das prefeituras em resolver certos problemas: “No Brasil inteiro faltam dez milhões de moradias. São cinquenta milhões de pessoas sem teto ou morando muito mal. É uma realidade que não deve ser ignorada. E que seu voto pode ajudar a mudar. Escolher a melhor proposta de política habitacional é o primeiro passo para começar a resolver o problema”.

Para ilustrar a análise que a Globo fez sobre esta política, reproduziremos o programa. **(link 2000 – SPTV)**

O caminho para a casa própria, um tema que foi trabalhado pela série da Globo com muita dramaticidade, com emoção conseguida pelos depoimentos dos cidadãos que conquistaram este sonho, custos pessoais elevados, sozinhos, sem a ajuda das autoridades governamentais. Os exemplos mostram situações diferentes em vários pontos do Brasil, mas transmite uma mensagem positiva de que os brasileiros podem superar suas dificuldades, sejam elas quais forem, e podem realizar seus sonhos pessoais.

No dia 22 de agosto de 2000, o tema escolhido foi o **transporte coletivo** e a humilhação diária da população. Também aponta possibilidades de ação da prefeitura para resolver este problema: “Ônibus confortáveis, trens limpos, metrô sem aperto. Milhões de trabalhadores sonham com o dia em que o transporte deixe de ser um tormento diário. Mas

pra mudar a realidade é preciso ter propostas. Você sabe o que o seu candidato pretende fazer para que a cidade tenha um transporte público de qualidade?”

O tema do dia 23 de agosto de 2000 foi o da **descentralização do sistema de saúde** e o tipo de atendimento que os moradores estão tendo nos bairros. O programa esclarece o significado do processo de descentralização e a responsabilidade dos prefeitos no sistema de saúde: “Dinheiro para tocar projetos. Poder pra decidir o que fazer com a verba. Com a descentralização da saúde, os municípios ganharam autonomia. Agora, na eleição, é hora de se perguntar: o que o seu candidato pretende fazer pra melhorar o atendimento no seu bairro?”

A escola que atende a população também é trabalhada como tema e o **ensino fundamental**, segundo o programa, é função da prefeitura. O programa foi ao ar no dia 24 de agosto de 2000: “Vaga para todas as crianças. E escola perto de casa. Isso não é luxo não. É obrigação de toda prefeitura, em qualquer ponto do Brasil. E o ensino fundamental tem de ser garantido pelo prefeito. E não é só quantidade... Uma boa política de educação leva em conta a qualidade do ensino. Na hora de votar, pense bem: a escola do seu filho vai ter a cara do candidato que você escolher”.

A **questão da segurança** é tema do programa do dia 25 de agosto de 2000: “Segurança é uma das maiores preocupações do cidadão brasileiro, principalmente nas cidades grandes. E a experiência mostra que só a polícia na rua não é suficiente para conter a violência. É aí que entram os novos prefeitos... A eles cabe cuidar da iluminação pública, da coleta de lixo, dos espaços comunitários de lazer. Medidas que formam a base da segurança pública. Medidas que ajudam a combater o crime”. Com esta abordagem, a emissora procurou diferenciar as atribuições específicas de cada esfera governamental e, neste sentido, mesmo que a prefeitura não tenha competência para resolver os problemas da segurança, ela pode criar certas condições infra-estruturais que poderão melhorar as condições de vida dos moradores de uma cidade.

Também o **desemprego** é trabalhado num dos programas desta série especial (28/08/00). O programa alerta que os futuros prefeitos não podem sozinhos resolver o problema do desemprego, mas podem ajudar a minimizar o problema, incentivando atividades que objetivem: “desenvolver habilidades e apoiar iniciativas da comunidade (pois estes) são meios de gerar trabalho e renda”.

A matéria também procura esclarecer as funções e possibilidades de atuação do prefeito, mas alerta que com boa vontade e criatividade o prefeito pode ajudar a melhorar uma questão tão grave como o desemprego. De certa forma este programa procurou desmistificar promessas de candidatos que anunciavam metas “mirabolantes” para acabar com o desemprego.

Com relação à saúde, a matéria específica deste tema dizia o seguinte: “O que o prefeito pode fazer para melhorar a saúde de gestantes e bebês? Pode muito, e gastando pouco – menos de um real por mês para cada criança pobre. Hoje nós vamos conhecer projetos baratos, que podem ser adotados por qualquer prefeito, em qualquer cidade. São idéias para levar em conta na hora de escolher o melhor candidato nessas eleições”. Esta matéria foi ao ar no dia 29 de agosto de 2000 e teve como objetivo chamar a atenção de **projetos baratos** que, quando aplicados, resolvem problemas cruciais da população carente. Também segue na mesma linha proposta na questão do desemprego: se o prefeito souber usar bem os recursos disponíveis e abusar de sua criatividade, alguns problemas crônicos vivenciados principalmente pelos setores mais desfavorecidos, podem ser minimizados.

O **tema dos jovens** que votarão pela primeira vez e a questão do **mercado de trabalho** (30/08/00). Esta matéria problematiza a dificuldade que os jovens enfrentam ao procurar emprego e alerta: “Um olho no futuro emprego, outro no candidato e em suas promessas. É assim que milhares de jovens votarão pela primeira vez – numa época em que está difícil conseguir o primeiro emprego. Antes de escolher seu candidato a prefeito e vereador, veja o que eles podem fazer por quem quer entrar no mercado de trabalho”. De certo modo a matéria reproduz a discussão presente na reportagem que tratou da questão do desemprego. Existem limites estruturais que inviabilizam o controle da política do emprego por parte dos prefeitos. As promessas devem ser verossímeis e viáveis a curto e médio prazo para sensibilizar o eleitor.

O tema da **recuperação dos drogados** sensibiliza os cidadãos de modo geral, segundo a matéria (31/08/00): “Quem não tem medo de ter um filho usuário de drogas? Quem não gostaria de ver prefeituras empenhadas na recuperação de dependentes? O poder público municipal pode diminuir o sofrimento de famílias que vivem esse problema dentro de casa. E seu voto vai ajudar a definir que importância a sua cidade dará aos projetos de

apoio”. Novamente a série cria uma expectativa enorme no eleitor com relação ao seu voto, que pode influenciar a adoção ou não de uma política do poder público municipal.

### **Gestão Municipal**

No 2º dia da série (1/08/00) a reportagem destaca que embora os **problemas de uma metrópole como São Paulo e uma cidade pequena** sejam diferentes, o que une estas cidades é que “a missão do prefeito é idêntica: fazer a máquina administrativa funcionar a favor do cidadão”.

Como a série é veiculada por todas as afiliadas da Globo, a preocupação da emissora é encontrar um referencial comum no tratamento dos temas escolhidos para serem focalizados. A matéria referente aos problemas das cidades é aplicável a todos os municípios brasileiros. Falar de uma metrópole como São Paulo e encontrar um ponto comum com Tiradentes é um esforço que a emissora despense para padronizar e homogeneizar sua cobertura jornalística. O aspecto levantado pela matéria diz respeito à máquina administrativa dessas cidades. No entanto, o próprio funcionamento da máquina se diferencia de acordo com a dotação orçamentária e também com o partido político que detém o poder dessa máquina, aspectos fundamentais nem levantados pela matéria.

A mensagem de culpar o eleitor pelos erros na política brasileira é reforçada na matéria do dia 14 de agosto de 2000: “**Você sabe de onde vem e como é gasto o dinheiro da prefeitura?** O planejamento de receitas e despesas se chama orçamento. E o que sustenta o orçamento são os impostos que todos nós pagamos. Por isso votar em prefeito e vereador tem um significado enorme: é entregar a chave do cofre que guarda o nosso dinheiro”.

A mensagem presente na matéria reforça a idéia de que nós eleitores não acompanhamos e não fiscalizamos direito o trabalho exercido pelo prefeito e pelos vereadores. Na avaliação da Globo deveríamos acompanhar todos os passos de nossos representantes. Por essa avaliação, podemos concluir que o próprio sistema representativo possui falhas em seu funcionamento, já que a Câmara Municipal não funciona, o Tribunal de Contas não acompanha e fiscaliza plenamente a atuação do prefeito, mas a culpa é do

eleitor. Nessa matéria outras instâncias do sistema político e a própria mídia não são responsabilizados. A culpa é do cidadão que deve carregar mais esta culpa, a de ter maus políticos e maus governos, por culpa exclusiva de seu ato, o de votar incorretamente.

A matéria do dia 15 de agosto de 2000 aborda os **problemas de algumas administrações municipais que estão endividadas e não aplicam o orçamento devidamente em suas cidades**: “Um em cada quatro prefeitos brasileiros vão deixar o cargo em dívida com o futuro. Eles não investiram em educação a quantia que a lei determina. Como gastaram mais do que podiam, não sobrou quase nada para cumprir a obrigação com o ensino fundamental”.

A ênfase da matéria é o mau uso do dinheiro público e os limites do orçamento municipal. Deve-se lembrar que naquele ano o Congresso Nacional estava trabalhando com a Lei da Responsabilidade Fiscal, que objetivava controlar os gastos dos governantes, estabelecendo regras e normas para a aplicação do dinheiro público, como também estabelecia punições para governantes que não obedecessem a esta lei.

O programa do dia 17 de agosto de 2000 foi sobre a **administração da cidade e a questão do orçamento**. O programa destaca a importância dos vereadores e dos prefeitos na vida da cidade. A chamada da matéria pergunta: “Quem você escolheria para cuidar do seu banheiro? É exatamente isso o que os eleitores fazem quando votam num candidato. Os próximos vereadores e prefeitos vão administrar o orçamento da cidade por quatro anos. São eles que vão decidir o que deve ser feito com o imposto que você paga”.

Novamente o programa chama a atenção da responsabilidade do eleitor em escolher bons candidatos para administrar a sua cidade. Também explica os trâmites que as autoridades devem proceder na sua vida pública para administrar uma cidade; nesse sentido o programa possui um objetivo educativo.

No dia 18 de agosto de 2000 o programa discute exemplos de cidades onde existe o **orçamento participativo**: “Cem cidades brasileiras estão vivendo uma experiência nova. A população decide junto com o prefeito para onde vai o dinheiro do orçamento. Trabalhadores aprenderam a fazer contas, vizinhos tiveram que se entender sobre as prioridades para o bairro. E hoje todos sabem o que acontece com cada centavo que pagam em impostos”.

A Globo aponta nessa matéria a necessidade de nós cidadãos ficarmos cientes de todos os passos que nossos representantes dão na vida das cidades, principalmente no tocante ao orçamento municipal.

A apresentação do conteúdo da **Lei de Responsabilidade Fiscal** é trabalhada pela emissora na matéria do dia 13 de setembro de 2000: “A partir do ano que vem, acaba o empurra-empurra das dívidas municipais. Os novos prefeitos só vão se sair bem, se controlarem o caixa. A Lei de Responsabilidade Fiscal agora põe limites na gastança pública. Cabe a você escolher um candidato que consiga se enquadrar nas novas regras”, neste sentido “só quem for um bom administrador vai conseguir fazer um bom governo”. A repetição da mensagem é constante: eleitor vote certo, fiscalize, acompanhe as ações de seus governantes.

### **Legislativo Municipal**

A série discute a **importância do Legislativo municipal** (02/08/00), como sendo responsável pela aprovação de leis que interferem diretamente na vida dos cidadãos e pela fiscalização do Poder Executivo municipal. Para alertar os telespectadores, o programa reforça a idéia do peso político que os vereadores possuem para decidir quais políticas serão priorizadas para a cidade: “Eles decidem muita coisa sobre a sua vida, embora você às vezes nem se dê conta disso... Os vereadores é que definem, por exemplo, o valor do IPTU – o imposto sobre imóveis. São eles que dizem quanto a cidade vai gastar com creches, escolas, postos de saúde. A Câmara também fiscaliza o trabalho do prefeito. Importantes eles são... resta saber que tipo de político, desta vez, você vai pôr lá, com o seu voto”.

Este programa cobra do eleitor uma responsabilidade na escolha dos candidatos que irão ocupar o cargo de vereador. A matéria possui uma preocupação didática ao explicar as funções da Câmara Municipal e dos vereadores, e ao mesmo tempo atribui uma força política aos eleitores, responsáveis pela composição do Legislativo municipal.

Para melhor compreensão desta matéria e do enfoque adotado pela Globo, reproduziremos este programa (**link 2000 – SPTV**)

**Repórter** (William Waack) - Olhe bem para este prédio, é um dos edifícios públicos mais importantes para a vida das pessoas em todas as cidades. É uma Câmara Municipal, no caso a de São Paulo.

**Repórter** - Em Cuiabá, capital de Mato Grosso perguntamos se as pessoas sabem diante do que estão:

**Homem do povo** - 'Eu passo sempre por aí, mas não sabemos não';

**Moça** - Esse prédio não sei não;

**Moço** - Não, nunca entrei.

**Repórter** - No Brasil são 5.548 Câmaras Municipais, uma para cada município, uma para cada prefeito que são tão fortes ou tão fracos quanto a Câmara Municipal deixar.

**Repórter** - Ultimamente vereadores têm chamado atenção, sobretudo em dia de briga. (Imagem da Câmara Municipal de São Paulo, mostrando vereadores discutindo no Plenário: vereadores governistas acusados de fazerem parte da Máfia dos Fiscais, e vereadores da oposição, que instalaram uma CPI para investigar esta Máfia e o governo de Celso Pitta).

**Repórter** - Quantos formam o plenário de uma Câmara, depende do tamanho do município: (quadro com as informações) Municípios com até 1 milhão de habitantes terão entre 9 e 21 vereadores; cidades com mais de 1 milhão e menos de 5 milhões de habitantes elegem entre 33 e 41 vereadores; municípios com mais de 5 milhões de habitantes têm um mínimo de 42 e no máximo 55 vereadores.

**Repórter** - Não importa se a Câmara Municipal é pequena ou se é muito grande como essa Câmara Municipal de São Paulo (mostra imagem da Câmara e um auditório coberto com muitas cadeiras). Se não houver afinidade entre o prefeito e os vereadores, fica praticamente impossível governar qualquer município. Mas será que o eleitor entende e gosta do trabalho das Câmaras Municipais?

(Imagem das escadarias, em forma de caracol, da CMSP e Dona Carmen subindo as escadas).

**Repórter** - Nunca é tarde para uma nova experiência e aos 66 anos de idade é a primeira vez na vida que Dona Carmen de Carvalho visita a majestosa Câmara Municipal de São Paulo.

**Dona Carmem** - (no Plenário da CMSP): É bem mais grandioso, eu imaginava mais, uma coisa mais simples, né?

**Repórter** - Ela está na arena dos debates, onde 55 vereadores representam os interesses de 10 milhões de pessoas. Os nomes ficam gravados em mármore, o que eles fazem, nem tanto. (enquanto o locutor fala, Dona Carmen percorre o plenário da CM, acompanhando a movimentação dos vereadores que se encontram no recinto).

**Dona Carmen** - Não tem nenhum vereador aí que tem a minha admiração, eu gostaria de admirar um. (imagem de Dona Carmem sentada na galeria assistindo a sessão).

**Repórter** - vai começar o dia normal de trabalho para os vereadores, um daqueles dias que dificilmente provocam alguma admiração. (Imagem do Plenário da CM, mostrando vereadores conversando, enquanto outro vereador discursa)

**Repórter** - Enquanto discursa, outros conversam. Qualquer coisa parece mais interessante, mas há olhos (imagem do cinegrafista lendo uma revista e cadeiras vazias no plenário). Mas há olhos (imagem de um rapaz sentado na galeria, atento ao que está acontecendo no plenário) e ouvidos atentos, os de Roberto Danzi, por exemplo. Aos 17 anos de idade ele é uma figura rara.

**Roberto Danzi** - É a maneira que eu vejo de melhorar a minha cidade, de melhorar até o meu bairro, até a minha escola. Política não é só Câmara, é escola, em casa se usa política

para falar com seus pais, você é político em qualquer momento de sua vida, por isso é que eu acho que gosto de política.

**Repórter** - Lá em cima na galeria de visitantes, duas gerações se encontram, lá embaixo o desencontro. O plenário continua quase tão vazio como antes do início da sessão. Se dependesse de Sebastião José da Silva, mais vereadores (rapaz sentado na galeria assistindo a sessão da CM) estariam presentes. Sebastião é garçom e usa as horas vagas para acompanhar o trabalho dos vereadores na Câmara. Descobriu que controlar é fundamental.

**Sebastião José da Silva** - Você acompanha e você descobre. Você vê o que eles defendem, o que deixa de defender, vou dar um exemplo: se é uma denúncia de corrupção, o vereador, ele não aceita que a denúncia seja apurada, no mínimo ele é corrupto também. Por quê? O homem público acima de tudo tem que ter transparência naquilo que ele faz.

**Repórter** - Os olhos de gente como o estudante Roberto, podem ser muito mais críticos do que (imagem do cinegrafista, do estudante e outro rapaz) a lente de uma câmara de televisão. E as impressões registradas pela Dona Carmen, dizem mais do que os manuais de política.

**Dona Carmen** -Eu acho necessária a política para o povo (Dona Carmen falando em pé na galeria), o povo precisa muito, mas as coisas vão ocorrendo de uma forma que a gente fica muito crítica. As coisas vão acontecendo que você não gostaria que acontecesse, então o povo se distancia. Eu vejo a minha geração distanciada, e foi uma geração que... eu vivi política.

**Repórter** - São poucos como o Sebastião que se dão o trabalho de vigiar, acompanhar e cobrar. Mas é com atitudes assim que muita coisa pode mudar (imagem do plenário com vereadores conversando).

**Sebastião** - Se a população em conjunto cobrar, com certeza será atendido porque eles temem a opinião pública.

Esse programa resalta a importância da escolha dos eleitores e o necessário acompanhamento das atividades políticas desenvolvidas pelos vereadores na Câmara Municipal. A escolha do cenário da Câmara Municipal de São Paulo foi proposital, exatamente por ter sido palco de brigas políticas, envolvendo vereadores e o prefeito Celso Pitta, questão não mencionada na matéria. A visibilidade deste Legislativo municipal se fez presente por vários meses. A escolha de três personagens para vivenciar situações diferenciadas, também foi proposital: garçom assistindo em suas horas vagas as sessões da Câmara Municipal? Jovem se deslocando de suas atividades de estudante para acompanhar uma sessão da Câmara? São situações inverossímeis, montadas para provar a tese defendida pela Globo: nós eleitores somos responsáveis pela presente situação de corrupção e desmandos nas Câmaras Municipais. Devemos acompanhar todos os passos de nossos representantes, cobrando, fiscalizando e denunciando irregularidades cometidas por nossos políticos.

Os vereadores também são retratados como irresponsáveis pelo mau uso do dinheiro público. A matéria do dia 16 de agosto de 2000 trabalha com o **tema Câmara e vereadores**: “Grande parte da vida de uma cidade é decidida na Câmara Municipal. São os vereadores que fazem as leis e dão a última palavra sobre os gastos. Mas, infelizmente, quem tem a obrigação de zelar pelo dinheiro público, nem sempre dá um bom exemplo. Salários altos, mordomias e pouco trabalho são rotina em muitas Câmaras Municipais. Por isso, tão importante quanto escolher um bom prefeito, é escolher bons vereadores”.

Novamente o eleitor é chamado a exercer o seu “dever cívico”. Escolher bons vereadores é responsabilidade do cidadão. As características do nosso sistema eleitoral e do nosso sistema partidário e a maneira como é apresentada a lista de candidatos para que os eleitores façam as suas escolhas, não são esclarecidas nesta série. Os vícios e problemas decorrentes destes sistemas são simplesmente ignorados pela emissora. Novamente a culpa pela situação presente na vida política brasileira é do eleitor que votou “errado”.

### **Sociedade Civil**

A Globo veiculou também uma matéria sobre **políticos e religião**. A exibição do programa (08/08/00) alerta para o uso político que determinados candidatos fazem da religião. Em busca de votos, tais políticos visitam desde templos budistas, até terreiros de candomblé, espíritas, católicos e evangélicos. Na avaliação da matéria “grupos ligados a igrejas fazem uma corrente pelo voto ético e responsável. Um tipo de voto que não leva em conta apenas a religião do candidato, mas as propostas que ele defende para melhorar a vida da comunidade”.

Nessa matéria é reforçada a idéia de que a religião e suas diferentes seitas e igrejas é imparcial na escolha dos candidatos, não induzindo seus fiéis a votar em candidatos ligados a estas religiões. Talvez o objetivo seja o de igualar as religiões e seitas, cobrando e chamando a sua responsabilidade de não assumir posições dogmáticas de privilegiar determinadas candidaturas próprias. Não podemos esquecer o peso político da bancada evangélica presente no Congresso Nacional, como também nos legislativos municipais e estaduais. A religião é instrumentalizada para alcançar objetivos políticos.

Outro tema trabalhado nessa série especial da Rede Globo foi a **mudança que ocorreu no meio sindical**. No programa do dia 09 de agosto de 2000, o tema focado foi o do sindicalismo e do voto do operário: “O sindicalismo brasileiro mudou muito nos últimos vinte anos. O perfil do operário também mudou. Hoje, o grande inimigo é o desemprego. Nenhum prefeito ou vereador vai vencer a luta, sozinho. Mas a eleição municipal pode ser um bom começo”.

Nessa matéria a emissora alerta para determinados temas de campanha que podem aparecer, mas que não são possíveis de serem resolvidos somente pela ação do prefeito e vereador, como questão do desemprego. A série também ressalta as mudanças que ocorreram no meio sindical e a esperança dos operários de preservarem e/ou conseguirem empregos. A matéria não se preocupa em levantar as causas dessas mudanças na atuação sindical nem as possíveis explicações para o aumento do desemprego no país. O tema ganha destaque isolado das causas propulsoras dessa situação econômica.

Coincidentemente, no dia seguinte (10/08/00), a Globo apresenta uma matéria **de patrões responsáveis que discutem política na empresa** e que consideram este espaço como sendo ideal para problematizar questões que extrapolam o cotidiano da fábrica: “Máquinas paradas, empregados reunidos no pátio. Mas nenhum sinal de greve ou de prejuízo para a empresa. Ao contrário! A ordem é do patrão. E os funcionários cumprem com gosto. Tudo isso faz parte de uma nova mentalidade de empresários que perceberam a importância de discutir a eleição municipal”.

O interessante nessa matéria é a idéia de isenção e de imparcialidade dos empresários que discutem política com seus empregados. A mensagem transmitida é que todos somos responsáveis pela “boa” escolha dos candidatos sejam empresários ou meros operários.

A matéria mostra a importância do envolvimento das empresas na educação política de seus funcionários. A Globo chama à responsabilidade todos os empresários, mostrando o exemplo de um empresário preocupado com a melhoria da qualificação de seus funcionários do ponto de vista de educá-los para a cidadania. É uma matéria interessante, que retrata o engajamento político de um setor das classes empresariais com o país e com os seus funcionários. A mensagem final é a de que todos os funcionários, desde operários,

passando pelos gerentes e chegando ao dono da empresa, podem se unir e aprender juntos a melhorar a sua atuação política.

O papel das organizações não-governamentais (ONGs) e a alternativa de participação política são trabalhadas na matéria do dia 06 de setembro de 2000: “O dinheiro nem sempre é muito, mas assim mesmo os resultados são visíveis. O desafio costuma ser imenso. E as respostas, rápidas. É assim que trabalha a maioria das organizações não governamentais. E elas cresceram tanto que, hoje, são vistas como alternativa de participação política. Não são partidos e não lutam pelo poder. Mas apresentam soluções que os candidatos podem muito bem pôr em prática”.

A avaliação das ONGs é extremamente positiva e, de certa maneira, incentiva a participação dos cidadãos nestas organizações. É uma proposta que vem ao encontro da necessidade de toda sociedade se solidarizar com os mais desafortunados. A Campanha do Voluntariado, que incentiva a solidariedade estava se iniciando e repercutiu nos meios de comunicação de massa, como também foi bem assimilada pelas esferas governamentais. Os exemplos que se seguem obedecem a este objetivo, o de mostrar ONGs e/ou cidadãos brasileiros que “não esperam acontecer”.

As escolhas desses personagens especiais que exercem atividades para o bem da coletividade foram propositais: um índio (Florêncio), um líder de comunidade (Paulo de Oliveira), um negro (Sérgio Antonio da Silva) e uma médica (Zilda Arns). São qualificados como pessoas que contribuíram para valorizar o papel do cidadão.

O **índio** Florêncio (25/09/00) é apresentado como “o índio que aprendeu a fazer política”. O programa acompanha os passos de Florêncio, que ensina seu povo, residente no Pará, o significado e a força do voto. Claro que questões complexas, como a demarcação das áreas indígenas, problemas de saúde e a questão da educação, não são tratadas pela matéria. O que importa é aprender a votar e legitimar a democracia representativa.

O **negro** Sérgio Antonio da Silva (27/09/00) é apresentado da seguinte maneira: “O brasileiro que você vai conhecer agora é um mestre em política. Não é doutor. É descendente de escravos. Tudo o que sabe, aprendeu na vida. Foi o bastante pra transformar o lugar onde mora, em Campo Grande, Mato Grosso do Sul. O segredo? A organização da comunidade. Principalmente agora, às vésperas da eleição”.

O **líder da comunidade** Paulo Oliveira (26/09/00): “é analfabeto, mas sabe tudo de política. Daquela política boa, que a gente também pode fazer quando vota com consciência. Seu Paulo é um exemplo de cidadania, no sertão nordestino”.

O papel de **Zilda Arns**, médica de Curitiba (28/09/00), é descrito do seguinte modo: “Uma médica e uma missão: salvar a infância brasileira. É o que Zilda Arns faz, em mais da metade do país, com a ajuda de voluntárias da Pastoral da Criança. Ela leva alimento, saúde e noções de política a pessoas que estão aprendendo a enxergar a importância de um bom prefeito”.

Os quatro exemplos selecionados correspondem a um tipo ideal de cidadão presente nessa série da Globo: são pessoas altamente comprometidas com a coletividade, são abnegadas e dispostas a trabalhar voluntariamente, embora algumas com pouca escolaridade, são conhecedoras da “boa política”, que envolve o engajamento nas causas populares e na resolução de problemas, sem contar com o poder público.

## **Voto e Eleições**

No 1º dia da série, os telejornais locais apresentaram a **importância das eleições na vida dos cidadãos brasileiros** e a matéria veiculada externou a preocupação da emissora em orientar o voto do eleitor: “Dois meses. É o tempo que nos separa de uma decisão que vai selar o futuro de nossa cidade. No dia primeiro de outubro vamos eleger vereadores e prefeitos – os nossos representantes. A prefeitura e a Câmara vão ter o desenho que o eleitor determinar. É um passo tão importante, que o (NOME DO JORNAL<sup>21</sup>) decidiu estar do seu lado, ajudando na escolha. A partir de hoje você vai ver aqui uma série de reportagens educativas sobre o voto – o mais poderoso instrumento de uma democracia”.

A preocupação da Rede Globo em orientar a ‘decisão do voto’ do eleitor brasileiro se faz presente em todos os programas da série. A Globo destaca a importância das eleições na vida dos cidadãos e a responsabilidade na escolha dos candidatos que dirigirão sua cidade.

---

<sup>21</sup> Cada afiliada falava em nome do jornal local, no caso o SP-TV 1ª e 2ª edição e o Jornal Tribuna 1ª e 2ª edição.

Na matéria exibida no dia 03 de agosto de 2000, a preocupação da série é discutir a **problemática dos políticos que fazem promessas que não são cumpridas**: “Na reportagem de hoje sobre o voto, você vai conhecer brasileiros cansados da ladainha de sempre. Gente que aprendeu a se defender de candidatos que apresentam soluções milagrosas para problemas concretos”.

O apresentador da matéria ensina que o eleitor possui maior peso político do que imagina. O programa mostra exemplos de brasileiros que fiscalizam o trabalho dos políticos, denunciam irregularidades e, com esta atitude, valorizam o desempenho do político que trabalha bem e tornam público o desempenho dos maus políticos.

O programa do dia 04 de agosto de 2000 discute a **votação eletrônica**, mostrando as vantagens deste tipo de votação, como também ensina os eleitores a votar neste novo sistema. Para ilustrar a matéria a Globo apresenta a cidade de Anicuns, em Goiás, e reforça o lado positivo da urna eletrônica como uma maneira de acabar com as fraudes e um modo de agilizar a apuração dos votos. Com essa reportagem a emissora assume a tarefa do TRE (Tribunal Regional Eleitoral), responsável por divulgar, acompanhar e apurar o processo eleitoral.

A matéria do dia 07 de agosto de 2000 trabalha com **critérios para a escolha do candidato pelo eleitor**: “O que você sabe sobre o candidato que está pedindo o seu voto? O partido dele, as propostas que ele defende, o financiamento da campanha, o compromisso com a comunidade. São informações muito úteis na hora da escolha. Critérios que podem fazer a diferença entre desperdiçar o voto e tomar a decisão certa”.

O programa ensina o eleitor a decidir o seu voto, levando em conta não só as promessas de campanha, mas a vida do candidato, o partido político a que ele está filiado. Na avaliação da matéria, “o passado de um candidato às vezes fala mais do que mil palavras de campanha”.

Nesse sentido a mídia como um todo possui um papel fundamental, pois ela é que armazena as informações, ela é o nosso “banco de dados”. A marca dessa campanha eleitoral foi a de reforçar esse papel da mídia. Todas as matérias lembravam fatos passados e cobravam do eleitor uma decisão “consciente e responsável”. A própria emissora se atribui o papel de fiscalizadora das ações dos políticos e também exerce uma função de conscientizar o cidadão a assumir responsabilidades perante a sociedade.

No dia 11 de agosto de 2000, a matéria do telejornal da Globo teve como objetivo recuperar a **esperança de eleitores que se desiludiram com a política** e que perderam as esperanças em mudar a vida política brasileira: “O dia da eleição vai se aproximando... e muito eleitor ainda sente um certo ‘gosto amargo’ dos últimos quatro anos. Gente que fez a escolha errada e hoje se arrepende. Mas nem tudo está perdido... Na reportagem de hoje você vai ver duas gerações que se encontram na esperança de que o voto mude a realidade”.

A matéria valoriza a participação dos cidadãos através do voto e chama a atenção para que o eleitor não cometa erros na escolha dos candidatos. A culpa dos erros na política é do eleitor que não escolheu certo e não acompanhou a atuação de seu representante. A democracia representativa é valorizada, e o canal para melhorar a vida dos cidadãos são as eleições.

Na matéria sobre os **eleitores de mais de 70 anos** (01/09/00), a Globo enfatiza: “Experiência, eles têm de sobra. E pretendem usar tudo o que sabem agora, no dia primeiro de outubro. Eleitores que já passaram dos 70 anos não são mais obrigados a votar. Mas muitos cidadãos que fazem parte da chamada ‘Terceira Idade’ fazem questão de exercitar o direito de dizer o que querem”. O programa ressalta o peso da idade e a experiência como um elemento diferenciador do voto de eleitores com mais de 70 anos.

A **questão da participação política** como fundamental na vida de todos os cidadãos é muito discutida e, segundo a matéria, política não é só votar (04/09/00): “Você pode até dizer que não gosta de política. Mas não dá pra ignorar o peso que ela tem na vida de cada um de nós. Ter participação política é muito mais do que simplesmente votar numa eleição. O seu voto no dia primeiro de outubro será apenas o começo”. A idéia que está presente nessa matéria é a de que política não se limita ao ato de votar, mas envolve outras atividades do cidadão responsável.

O **dinheiro das campanhas** também é debatido e apresentado (05/09/00): “Por trás de um candidato, quantos interesses se escondem? A resposta a essa pergunta deveria estar nas contas de campanha. Mas a origem do dinheiro que faz a vitória de muitas candidaturas nem sempre é legal. E quem doa por baixo do pano, costuma exigir favores depois... Preste atenção nisso na hora de votar. Saber quem está bancando o seu candidato pode fazer a diferença entre votar bem e votar mal”.

A idéia presente nessa reportagem é a da necessidade da transparência das campanhas eleitorais e induz novamente o eleitor a acompanhar melhor esta temática, já que o financiamento das candidaturas envolveria interesses ‘espúrios’ ou interesses ‘benevolentes’. A matéria pressupõe que o eleitor pode, com boa vontade, obter todas as informações sobre esses financiamentos.

A **participação dos jovens de 16 e 17 anos** – importância do voto qualitativo –, matéria do dia 07/09/00: “Obrigação, eles não têm. Mas consideram um direito – e não vão abrir mão. É esse o ‘espírito’ que junta mais de 3 milhões de adolescentes brasileiros. Jovens entre 16 e 17 anos que vão experimentar, pela primeira vez, a responsabilidade do voto”. O programa apela para que os jovens se envolvam mais com a política, expressando sua vontade no momento do voto.

O **papel das mulheres** na política brasileira – é ressaltado na matéria (08/09/00) a contradição do fato de que as mulheres são a maioria dos eleitores brasileiros, mas não ocorre uma correspondência igual da participação das mulheres na política: “Pela primeira vez na história do Brasil, as mulheres são maioria entre os eleitores. E, aos poucos, elas vão conquistando espaço também entre os que querem ser eleitos. A desproporção entre candidatos e candidatas ainda é grande. Mas o ideal de igualdade já percorreu um longo caminho desde aquele ano de 1935 – quando os votos femininos finalmente chegaram à urna”.

A matéria é ilustrada com imagens de movimentos feministas e com a participação política das mulheres na vida política brasileira. Agora, segundo a reportagem, as mulheres não se contentam mais em votar, mas querem ser eleitas e reforçar sua presença na política institucional.

Naquelas eleições municipais havia entrado em vigor a “**Lei de combate à corrupção eleitoral**” (11/09/00): “Candidato que tenta comprar votos pode perder a candidatura e até parar na cadeia. Essa é a grande novidade destas eleições: é possível barrar os desonestos, ‘antes’ da eleição. Mérito de uma nova lei – a noventa e oito quarenta”. A matéria é informativa e reafirma a necessidade do eleitor saber diferenciar ‘o joio do trigo’ e escolher um candidato que seja honesto e que não se envolva em compra de votos e promessas inverossímeis.

O programa “**Voto não é mercadoria**” foi bastante incisivo em alertar que o eleitor não venda o seu voto (12/09/00): “Quem compra voto comete um crime. Pode perder a candidatura e ainda parar na cadeia. Mas quem vende o voto não é muito melhor do que quem compra... Esse tipo de eleitor abre mão do seu papel de cidadão. Trai a comunidade onde vive. Pense bem: voto não é mercadoria”.

A responsabilização do eleitor é novamente reforçada nesta matéria. Quem vende seu voto trai a si mesmo, abrindo mão de ser cidadão, e trai a comunidade em que vive. Reproduzimos a seguir a transcrição da matéria:

### **Programa “Voto não é mercadoria” (12/09/00) ([link- 2000 – SPTV](#))**

**Âncora** (Mariana Godoy) - Quem compra voto comete um crime, pode perder a candidatura e ainda parar na cadeia. Mas quem vende o voto não é muito melhor de quem compra. Este tipo de eleitor abre mão de seu papel de cidadão, trai a comunidade onde vive, pense bem, voto não é mercadoria.

**Repórter** (imagem de uma cidade) - Uma cidade que parou no tempo. O esgoto desce do morro a céu aberto, a água encanada não chega a todas as casas. Asfalto só em três ruas e o único espaço de lazer é a pequena praça da prefeitura. Num lugar como este, que precisa de quase tudo, o voto pode ser uma oportunidade de mudança, ou um direito jogado fora.

**Sebastião da Silva** (lavrador) -... Meu voto eu não vendo por dinheiro nenhum.

**Repórter** - Por que o senhor não vende por dinheiro nenhum?

**Sebastião da Silva** - Às vezes a gente vende o voto. Depois que passa a eleição, a gente precisa do prefeito e aí: “mas eu te comprei, agora o que eu ia fazer para você já paguei”.

**João Bosco Martins** (fotógrafo) - Ah não, eu só voto em fulano se ele me der R\$100,00 reais, eu só voto em fulano se ele me der um tijolo, eu só voto em fulano se ele fizer um banheiro para mim. Não é isto.

**Repórter** (Caco Barcelos) - Qual é o perigo disso?

**João Bosco Martins**- O perigo disso é o lugar continuar sempre na miséria.

(imagem de uma placa da cidade Iapu)

**Repórter** - Qualquer pessoa, até a mais humilde, tem agora um instrumento eficaz para denunciar crimes de candidatos. Aqui nesta pequena cidade mineira, Iapu, a família de um aposentado de baixa renda já está usando a nova lei para combater a desonestidade nesta campanha eleitoral.

**Repórter** (imagem da cara do aposentado) - A casa é simples, mas a família é grande e costuma votar unida (imagem de mulheres na casa, cozinhando). Entre todos os parentes, são 57 votos. O aposentado Elias de Paula recebeu a proposta de um grupo de candidatos para vender todos esses votos. Indignado resolveu gravar tudo.

**Repórter** (imagem de pessoas entrando na casa do aposentado) - Uma câmara na casa de um vizinho registrou a chegada dos candidatos desonestos. O gravador flagrou o momento do crime eleitoral. (imagem de um gravador rodando a fita)

**Candidato** - A responsabilidade desses eleitores fica tudo com você daí pra frente?

**Elias de Paula** - Tudo comigo.

**Candidato** - Eu dou 250. Dá 250 vocês dois? 500 contos fecha o seu negócio?

**Elias** - Fecha.

**Candidato** - Porque você me ajuda e nos ajuda.

**Elias de Paula** (vigia aposentado) (sentado em um sofá) - Ele tá comprando voto eu peguei e me propus a gravar para me pegar a fita e fazer a denúncia.

**Repórter** - Junto com as gravações, Elias entregou à Justiça a principal prova que conseguiu: o cheque pré-datado de R\$ 500,00 (imagem do cheque). Mesmo sem receber a aposentadoria há três meses, Elias não teve dúvidas, negou o dinheiro. Recebeu ameaças e está escondido em outra cidade.

**Elias** -Eu vou voltar para a minha cidade, enquanto o juiz der a sentença, eu volto. Eu tô confiante, a lei é muito clara.

**Repórter** -Elias está convencido que vender o voto é o pior negócio que o eleitor pode fazer.

**Elias** - Você compra o voto e depois que ele ganhar a eleição, ele vai fazer o quê? Ele vai cobrir o que gastou, não vai trabalhar pela cidade, não vai fazer nada na área de saúde, nada na educação, nada de nada.

**Repórter** - O pensamento do vigia aposentado é confirmado por um estudo científico da Fundação Getúlio Vargas (Imagem de Caco, conversando em uma sala de aula). O professor de economia fez uma análise do prejuízo causado pela corrupção. Se os políticos parassem de roubar, em 20 anos cada brasileiro, rico ou pobre, criança ou velho, teria R\$ 6 mil a mais de renda por ano. Esses números mostram mais uma vez a grande responsabilidade que cada eleitor tem na hora de votar.

**Marcos Fernandes Silva** (economista da FGV) - Esse político que está comprando voto em troca de cesta básica e da dentadura, ele não vai investir na escola pro seu filho, na educação pro seu filho, na saúde de seu filho, na saúde de seu neto. Ele vai estar prejudicando todos os descendentes, inclusive você. Talvez você não perceba, mas vai perceber no futuro quando você chegar na terceira idade, na aposentadoria, e perceber que você não teve direito durante toda a sua vida a nenhum bem público básico, a nenhum serviço público básico.

**Âncora (comentário de Chico Pinheiro)** - E não é só com dinheiro que o candidato quer comprar voto: com leite, com churrasco, com chope, com promessas. É bom ficar de olho, e é bom que a Justiça aja de fato para pegar esse pessoal que usa o cargo público para interesse próprio.

Nessa matéria o eleitor, além de alertado para o risco de ser autuado em flagrante vendendo o seu voto, também adverte o candidato. O direito de votar é mais importante do que qualquer outro nesta matéria, é a chance que o eleitor tem de mudar a sua vida e da comunidade em que vive. O posicionamento do âncora do SP-TV 1ª edição é o de reforçar a mensagem da série: “eleitor você tem uma arma em suas mãos: o voto”. Sabendo usar corretamente a vida dos brasileiros deve mudar e para melhor.

Também nesta linha editorial de reforçar a importância do ato de votar, a série apresenta a figura do **promotor eleitoral**, que “é um funcionário público que está ao lado do cidadão contra o mau político” (14/09/00): “Todo eleitor tem um advogado que trabalha

de graça, a seu favor. É o promotor eleitoral. Não importa se é uma queixa pequena ou uma grande denúncia. A missão do promotor é investigar tudo até a decisão final da justiça”.

Além da nova lei contra a corrupção, a série especial informa ao espectador que ele, como cidadão, tem o direito de obter a assistência de um personagem político: o promotor eleitoral. Criou-se um novo instrumento para proteger o eleitor dos maus políticos, mas em nenhum momento aparecem matérias que apresentem discussões a respeito da necessidade de uma reforma política, que envolva alterações no sistema eleitoral e partidário brasileiro. Cabe novamente ao eleitor “buscar os seus direitos”.

É retomado o tema da **compra de voto** por parte do candidato (15/09/00): “Tapinhas nas costas, sorrisos, apertos de mão. Eleitor nunca foi tão bem tratado como em época de eleição. Mas cuidado: por trás de aparentes gentilezas pode estar um crime: a tentativa de comprar o voto, oferecendo todo tipo de ‘vantagem’ ao eleitor”.

Outro tema trabalhado também pela Globo foi o do **voto obrigatório**: “Voto obrigatório é apenas um detalhe pra quem sabe a importância das eleições na democracia. Quem respeita a história, vota, mesmo que isso represente um esforço” (18/09/00). Para ilustrar a matéria a reportagem mostra o esforço de dois jovens paraplégicos que fazem questão de exercer esse direito.

O esforço individual desses jovens, com problemas físicos, em participar das eleições seja votando, seja como voluntário para transmitir os dados reforça a idéia da necessidade de participar politicamente e também trabalha com o “remorso”, com a “culpa”, caso você, que é são fisicamente, não queira votar.

A matéria do dia seguinte problematiza a questão do **voto nulo**: “Em cada cem eleitores, seis anularam o voto para prefeito nas últimas eleições. Cinco, votaram nulo para vereador. É uma minoria que ainda insiste em ficar de fora do processo eleitoral. E a história mostra que esse tipo de atitude não faz mais o menor sentido... que tipo de cidade esses brasileiros acham que podem construir com atitudes assim...” (19/09/00).

A busca do consenso é reforçada nessa matéria, além de desqualificar a ação de eleitores que se recusam a participar do processo eleitoral. A âncora Mariana Godoy comenta: “Houve até um tempo em que voto nulo era uma posição política firme, um protesto contra o regime militar e a falta de liberdade. Mas, hoje, anular o voto é votar

contra si mesmo”. A divergência, o debate, o questionamento é incompatível com a democracia e com a participação política.

Também o **voto em branco** é contestado pela série: “Na prática significa que voto em branco é igual a voto nulo - opções que não ajudam cidade alguma a ir pra frente” (20/09/00). Do ponto de vista da emissora, votar em branco e anular o voto significa “abrir mão do direito de escolha”. A participação política é reforçada novamente e o eleitor é culpabilizado, caso aja deste modo, por ser egoísta e não pensar na comunidade em que vive. Além do “pecado original” que carregamos o resto de nossas vidas, também acrescentamos outra culpa: a de não escolher certo e/ou a de não participar do processo eleitoral.

A série ensina o eleitor a **votar na legenda** e esclarece que só vale na eleição para vereador (21/09/00): “A conta não chega a ser complicada. Voto de legenda entra no cálculo do que a lei chama de quociente eleitoral. Em outras palavras: votar na legenda ajuda o partido na briga pelo número de cadeiras na Câmara Municipal. Mas atenção: votar na legenda só vale para a eleição de vereadores. É uma opção pra quem ainda não escolheu um candidato. Ou pro eleitor que não vota em nomes, mas nas idéias do partido”. Somente neste momento da série é que aparece o possível posicionamento político partidário do eleitor. Geralmente as matérias reproduzem imagens de pessoas do povo, que falam errado e que não estão habituadas a discutir política na sua vida cotidiana.

Daí compreendermos a seqüência das matérias na série especial, pois o programa do dia (22/09/00) trabalha com a idéia da necessidade de se conversar mais sobre política. O tema **debate em grupo** mostra que o eleitor deve discutir política em todos os espaços cotidianos, desde escolas, canteiros de obras. A mensagem da matéria é que o eleitor deve: “Conhecer as propostas do candidato. Saber o partido a que ele pertence. Ter informações sobre o passado político dele. É o que se espera do eleitor disposto a votar com consciência. O debate em grupo também ajuda. Ouvir a opinião da comunidade pode fazer diferença na hora da escolha”.

“Exercer a cidadania e votar com consciência são atitudes que podem mudar o Brasil. Agora, a decisão é sua”. Esta é a **última chamada** da série especial sobre as “Eleições 2000”. O eleitor deve fazer a sua parte (29/09/00): “Domingo é o dia em que mais de cem milhões de eleitores vão decidir o futuro da cidade onde moram. A importância desta

eleição para a sua vida foi o tema de uma série de reportagens nas últimas nove semanas. Cidadãos de todos os cantos do país deram o recado: exercer a cidadania e votar com consciência são atitudes que podem mudar o Brasil. Agora, a decisão é sua”.

### **3)Radiojornalismo: temas e subtemas**

A pesquisa <sup>22</sup> aborda as eleições municipais de São Paulo no ano de 2000. Seu objetivo é analisar a relação existente entre o rádio e o processo eleitoral, assim como o modo pelo qual as informações a respeito deste período chegam aos ouvintes/eleitores.

O rádio, assim como outros meios de comunicação, desempenha um papel social por ser responsável pela divulgação de informações a partir das quais decisões políticas poderão ser tomadas. Acreditamos que este estudo traça um interessante perfil da cobertura de rádios jornalísticas em período eleitoral, contribuindo para a compreensão da relação entre mídia e política e seus conflitos.

#### **Estado e Meios de Comunicação**

##### **Monopólio dos Meios de Comunicação**

“Não acho que a estrutura de comunicações que temos no Brasil seja justa, a mais adequada.”  
(Sérgio Motta , ex-Ministro das Comunicações)

O cenário do setor dos meios de comunicação, no Brasil e no mundo, vem sendo marcado, desde as últimas décadas, pela concentração da propriedade. Isso resulta em alguns poucos grupos com controle de diversos tipos de mídia (propriedade cruzada<sup>\*</sup>) com poder local e regional (monopólio em cruz<sup>\*\*</sup>), podendo levar a uma homogeneização das

---

<sup>22</sup> Desenvolvida por Helena Santeiro do Val e Julia Nepomuceno Ribeiro, bolsistas de Iniciação Científica pela FAPESP.

<sup>\*</sup> Propriedade cruzada: “Trata-se da propriedade, pelo mesmo grupo, de diferentes tipos de mídia do setor de comunicações.” (LIMA, V., “Mídia- teoria e política”, p. 101)

<sup>\*\*</sup> Monopólio em cruz: “Trata-se da reprodução, em nível local e regional, dos oligopólios da ‘propriedade cruzada’.” (LIMA, V., “Mídia- teoria e política”, p. 103)

informações. Além disso, no Brasil estes grupos proprietários dos meios de comunicação são predominantemente familiares e/ou estão ligados a elites políticas, apesar do Código Brasileiro de Telecomunicações proibir a posse de mais de dez emissoras por apenas uma pessoa ou entidade e proibir “quem esteja no gozo de imunidade parlamentar ou de foro especial” exercer a “função de diretor ou gerente de empresa concessionária de rádio ou televisão” (art.38 parágrafo único).

Em 1995, 90% da mídia brasileira estava concentrada em somente 15 grupos familiares, sendo os principais: Marinho (Globo), Saad (Bandeirantes), Abravanel (SBT), Civita (Abril), Mesquita (Grupo OESP) e Frias (Grupo Folha); e mais de 30% das emissoras de TV e 40% das de rádio pertenciam à políticos ou ex-políticos.

A aproximação da mídia com a política se deve ao fato de que até 1988 o Presidente da República decidia as concessões do sistema de radiodifusão e, portanto, este era utilizado no jogo político em troca de apoios. “Expressões como ‘coronelismo eletrônico’ ou ‘cartórios eletrônicos’ têm sido freqüentemente utilizadas para caracterizar a tentativa de políticos de exercer, por meio da mídia que possuem, o controle sobre parte do eleitorado.”<sup>23</sup>

Depois de 1988 esta decisão passou para as mãos do Legislativo, que aprovava ou não os atos do Executivo. Dados também de 1995 indicam que 31,12% das emissoras de rádio e televisão eram controladas por políticos e, na esfera estadual, aproximadamente 50% das emissoras de rádio.

Segundo Lima, São Paulo está entre os estados onde há mais parlamentares controlando veículos de comunicação, 10 ao todo, sendo 6 rádios, 3 TVs e um jornal\*. Em 1999, os partidos que possuíam maior número de políticos controlando a mídia eram: PFL (31,7%), PDS (14%), PMDB (11%), PSDB (10,8%).

Sendo a mídia um instrumento de construção da realidade, esta oligarquização e proximidade com a política podem ser perigosas. “(...) corremos, de fato, o risco de estar assistindo a um processo de concentração da propriedade, de manutenção de velhas estruturas familiares, de fortalecimento de elites políticas locais e regionais (...) que pode se

---

<sup>23</sup> LIMA, V. “Mídia- teoria e política”, p.106/7

\* Dados de 1991.

constituir em ameaça concreta, não só para a liberdade de expressão mas para a própria democracia no Brasil.”<sup>24</sup>

Com o intuito de minimizar as falhas das leis de comunicação, foi criado em novo modelo de re-estruturação do setor durante o governo Fernando Henrique Cardoso, que visa acabar com o monopólio, democratizar o controle sobre as comunicações e aumentar a competitividade, entre outros. Porém, não podemos dizer que esteja sendo respeitado, pois o monopólio continua aumentando a cada dia e não existem perspectivas de uma democratização da mídia, muito pelo contrário, “estamos diante da possibilidade concreta de que o setor, dentro de poucos anos, esteja controlado, em nível mundial, por uns poucos conglomerados e, nos níveis local e regional, por estruturas semelhantes lideradas por conglomerados locais com associações internacionais.”<sup>25</sup>

Nos anos 70 as rádios livres começam a desafiar o monopólio estatal radiofônico, desafio este que vemos até hoje, pois a abertura política e a democratização do país não se estendeu aos meios de comunicação. Este movimento de descentralização do poder sobre os meios de comunicação iniciado por essas rádios, não encontra apoio nas emissoras comerciais, que as enxergam como ameaças à sua audiência.

Assim, esse movimento das rádios livres e das televisões comunitárias, apesar do pouco alcance, é importante pois luta pela liberdade de expressão e contra o caráter autoritário do Estado e da política de concessões. Enquanto os meios de comunicação continuarem controlados por políticos e pela elite, dificilmente a população terá acesso a informações não distorcidas e livres de valores e interesses impostos pela hegemonia dominante.

### **Concessões das Emissoras de Rádio: A Elite no Poder**

Segundo a Legislação Brasileira, rádio e televisão e imprensa escrita são meios de comunicação muito diferentes. Enquanto os veículos impressos fazem parte da livre

---

<sup>24</sup> LIMA, V. “*Mídia-teoria e política*”, p.114

<sup>25</sup> LIMA, V. , “*Perspectivas para as comunicações no Brasil do século XXI: concentração da propriedade e redefinição dos atores políticos*”, p.11

iniciativa (apesar de sempre deverem obedecer ao sistema legal vigente), os veículos eletrônicos se encontram sob maior pressão do Estado, uma vez que dependem de sua autorização para funcionar. Essa pressão é acentuada no rádio devido a sua fragilidade econômica. “Os canais, através dos quais a televisão e o rádio fazem projetar suas imagens e sons, não se incorporam, por expresse preceito constitucional proibitório, ao patrimônio das empresas que os exploram. São propriedade da União, isto é, do povo, e não podem, por isso mesmo, se voltar contra o Estado ou desservir à coletividade a que pertencem.”<sup>26</sup>

Em 1962 o então presidente Jânio Quadros criou o Código Brasileiro de Telecomunicações, o CONTEL, que deveria fiscalizar, expandir e organizar o sistema radiofônico. Em 1967 o CONTEL é extinto e dá lugar ao Departamento Nacional de Telecomunicações, o DENTEL. Neste mesmo ano o Código é alterado devido ao regime militar, pois havia uma preocupação maior em manter o controle das formas de expressão.

Assim, desde a inauguração da radiodifusão no Brasil, o Estado é o responsável pela concessão desse serviço e, até hoje, nenhuma empresa radiofônica é capaz de se desvincular do governo, pois sua existência depende do consentimento prévio deste. Existem determinados pré-requisitos para que uma concessão se concretize, e entre eles estão obrigações e consentimentos dos beneficiados para com os detentores do poder. Isso resulta no fato de que as concessões se dão, na maior parte das vezes, por apadrinhamento político, fazendo com que o poder sobre os meios de comunicação permaneça na mesma esfera: “são concessões públicas a privados, por privados que manobram a coisa pública”<sup>27</sup>. Essa centralização impossibilita outras formas de expressão e garante que os governantes e a elite beneficiada com concessões se estabeleçam como os divulgadores oficiais comunicando somente o que consideram interessante e que não ameace sua hegemonia.

Portanto, é a política de concessões e as leis vigentes para os meios de comunicação que propiciam a concentração desses meios nas mãos de poucos grupos, principalmente políticos, impossibilitando uma democratização da mídia. “No Brasil, foram consolidadas políticas públicas autoritárias de comunicações que, ao optarem por modelos de radiodifusão predominantemente comerciais e privados, impediram o acesso e a

---

<sup>26</sup> ARAÚJO, C. B., In “*Informação no rádio – os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*”, p. 71

<sup>27</sup> ORTRIWANO, G., “*Informação no rádio – os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*”, p. 61

participação da grande maioria da população e facilitaram a concentração e a oligopolização – vertical e horizontal – da mídia.”<sup>28</sup>

## **Rádio no Brasil**

### **História do Rádio**

“Nós que assistimos à aurora do rádio sentimos o que deviam ter sentido alguns dos que conseguiram possuir e ler os primeiros livros.”  
(Roquette Pinto)

A primeira transmissão oficial de rádio no Brasil foi realizada pelo presidente Epitácio Pessoa em 1922 em um discurso comemorativo dos Cem Anos de Independência do Rio de Janeiro. Porém só um ano depois foi instalada a primeira emissora de rádio do país, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette Pinto, antropólogo e etnólogo, que defendia uma transmissão educativa para todos os brasileiros.

Na década de 20 as rádios começaram a se espalhar pelo território brasileiro, eram chamadas clubes ou sociedades e se mantinham com doações e mensalidades pagas por pessoas que possuíam aparelhos. Em São Paulo a primeira emissora surgiu em 1924, Rádio Educadora Paulista, formada por engenheiros preocupados com uma divulgação mais cultural.

Foi na década de 30, durante o governo Getúlio Vargas, que o rádio adquiriu seu caráter comercial, com uma lei em 1932 que autorizava a veiculação de informes publicitários no meio radiofônico, mostrando a preocupação do governo com o novo meio, visto como um “serviço de interesse nacional e de finalidade educativa”<sup>29</sup>. O rádio ganhava investimentos e sofria modificações para que pudesse disseminar cultura e educação consideradas necessárias para a transformação da sociedade brasileira e para o progresso do país. Os “reclames” deram ao rádio uma nova característica, aproximando-o do popular, transformando o que era erudito em lazer e diversão. Além disso, a presença de comerciais em sua programação fez com que as rádios passassem a se organizar como empresas,

---

<sup>28</sup> LIMA, V., “*Mídia – teoria e política*”, p.211

<sup>29</sup> ORTRIWANO, G., “*Informação no rádio – os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*”, p.15

disputando o mercado e deixando, como consequência, o objetivo educativo para trás. O rádio, assim, ganha uma nova função. A propaganda veiculada por ele tem muito mais alcance do que a veiculada pela imprensa escrita (até mesmo pelo elevado número de analfabetos naquele período histórico) e isso não passa despercebido pelos empresários, que investiam nesse novo meio de comunicação, fazendo com que houvesse uma popularização do meio devido a melhoria de qualidade em função do dinheiro obtido com os anúncios e também ao barateamento dos aparelhos.

Ainda nos anos 30 o rádio passa a transmitir propaganda política e, durante a Revolução Constitucionalista em 1932, alertou o povo para a importância da causa. Neste episódio a Rádio Record se destacou com sua programação política ao trazer políticos aos seus microfones para darem “palestras instrutivas”. O rádio passa a se ligar diretamente ao desenvolvimento político e econômico do país, “mostrando-se capaz não apenas de vender produtos e ditar ‘modas’, como também de mobilizar massas, levando-as a uma participação ativa na vida nacional”<sup>30</sup>.

Getúlio Vargas, percebendo a importância do rádio neste sentido, e influenciado pelos governantes da Europa que usavam politicamente o veículo, passa a aproveitá-lo em seu governo autoritário como meio de afirmação do regime e da nação. Em 1934, portanto, surge a “Hora do Brasil” (transformado em 1935 na “Voz do Brasil”), programa destinado a difundir pelo território brasileiro os feitos do governo. “Pelo rádio, o indivíduo encontra a nação, de forma idílica: não a nação ela própria, mas a imagem que dela se está formando”<sup>31</sup>. A “Voz do Brasil” tinha como objetivo integrar a população através da criação de uma cultura nacional. Em 1939, a transmissão obrigatória do programa em estabelecimentos que tivessem um aparelho de rádio marca a imposição da programação oficial em todo o país.

Os anos 40 foram marcados pela entrada do *american way of life* no Brasil, que introduzia no mercado produtos norte-americanos. Estes passaram a ser anunciados nas rádios, aumentando o capital arrecadado pelas emissoras, que a partir disto investiram mais em sua programação. Assim, impulsionado pelos avanços da industrialização, do mercado consumidor e amparado pelo Estado, o rádio entra na chamada “época de ouro”. A procura

---

<sup>30</sup> IDEM, p.19

<sup>31</sup> ORLANDO, M. In “*Informação no rádio – os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*”, p.19

por audiência faz com que as emissoras popularizem cada vez mais sua programação, disputando os investimentos dos anunciantes e competindo com os veículos impressos. As emissoras começam a especializar-se em atividades, como por exemplo a Rádio Panamericana que, em 1947, se transforma na “emissora dos esportes”. Com este processo surgem as primeiras radionovelas e também os primeiros radiojornais, que começam a se estruturar de forma mais organizada, com a criação de jornais como o “Repórter Esso”, o “Grande Jornal Falado Tupi” e o “Matutino Tupi”.

O Repórter Esso estréia em 1941, “informativo que permaneceu no ar durante 27 anos (até 1968) e que alterou completamente o padrão dos jornais-falados vigentes, até então, no rádio brasileiro”<sup>32</sup>, nos quais qualquer locutor presente no estúdio lia as notícias dos jornais impressos. Este noticiário surgiu com a função de divulgar, principalmente, acontecimentos da Segunda Guerra Mundial. O manual do programa continha três regras fundamentais a serem seguidas: ser um programa informativo, não comentar as notícias e fornecer as fontes.

Em 1950 a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, a emissora do Repórter Esso, acompanha, junto com outros meios de comunicação, o período eleitoral. “Foi quando definitivamente se consolidou o conceito de reportagem radiofônica.”<sup>33</sup> Em São Paulo foi a Rádio Tupi que consagrou o radiojornalismo da época. E no final da década de 50 são realizadas as primeiras reportagens externas, pela Rádio Continental do Rio de Janeiro.

Com a chegada da televisão, também nos anos 50, o rádio sofre uma grande perda de audiência, e por isso começa a procurar uma nova identidade. Os astros e estrelas são substituídos por fitas gravadas, as novelas por notícias e os programas de auditório por informações de utilidade pública. A especialização das emissoras, assim, começa a se acentuar e o radiojornalismo ganha força e importância. Impulsionado pelos avanços tecnológicos, o rádio passa a ser um meio de comunicação mais ágil, que pode ser ouvido em qualquer lugar a qualquer momento, e passa a exercer o papel de “companheiro”. Além disso seu caráter imediatista possibilita que fique a frente dos outros meios de comunicação, portanto ele não perde seu espaço. “O rádio é o único veículo que dá agora a

---

<sup>32</sup> IDEM. p.26

<sup>33</sup> DOMINGUES, H., In: “*O Rádio no Brasil*”. p.28

notícia que você vai ler amanhã e a televisão vai apresentar no fim da noite.”<sup>34</sup> O radiojornalismo, então, passa a ser mais atuante, com reportagens e entrevistas transmitidas ao vivo da rua. Esse fator, assim como os serviços de utilidade pública, em 1959, são tentativas do rádio em recuperar o público perdido para a televisão. Esses serviços foram criados pela Rádio Jornal do Brasil do Rio de Janeiro e vieram com o objetivo de estabelecer um diálogo com o ouvinte, dando informações sobre o tempo, as estradas e ofertas de emprego. A tendência à especialização foi se tornando cada vez maior e, a partir de 1970, “as emissoras passaram a identificar-se com determinadas faixas sócio-econômico-culturais, procurando dirigir-se a elas e buscando sua linguagem nos próprios padrões das classes que desejavam atingir”<sup>35</sup>. A rádio AM vai explorar esta característica ao definir sua programação, principalmente em jornalismo e prestação de serviços.

Nos anos 80, com o rádio já consolidado, o Brasil é o segundo país no mundo em número de emissoras, atrás somente dos EUA. São 1.246 emissoras, sendo 1.050 AM que cobrem 85% das residências (95% da população urbana e 70% da população rural). Na década de 90, nove em cada dez brasileiros ouviam rádio, atualmente existem aproximadamente 4.000 emissoras de rádios, um número relativamente pequeno comparado ao dos EUA, onde existem 9.000. No entanto, a importância e a atenção que se deve dar a este meio de comunicação é maior no Brasil, se levarmos em conta características sociais e culturais como o analfabetismo ainda presente, por exemplo.

### **Radiojornalismo**

“Muito raramente se considera que a responsabilidade do jornalista é bem maior que a do cientista, não sendo o sentimento de responsabilidade de um jornalista honrado em nada inferior ao de qualquer outro intelectual” (Max Weber)

As primeiras emissoras *all-news* surgiram em 1961 na Califórnia, EUA e, no Brasil, em 1980, com a Rádio Jornal do Brasil AM. Esta se destacou especialmente no ano

---

<sup>34</sup> FIGUEIREDO, A., In: “O Rádio no Brasil”. p.36

<sup>35</sup> IDEM, p.24

eleitoral de 1982, pois teve seu próprio centro de apuração de votos, permitindo que apresentasse dados diferentes do Sistema Globo, que apontava vantagem de Moreira Franco sobre Brizola para o cargo de governador.

Para Carlos Nascimento<sup>36</sup> as três principais características do rádio são a velocidade, a simplicidade e a popularidade, que ajudam a diferenciar este meio dos demais, como os jornais impressos e a televisão. Esta velocidade permite que o rádio esteja sempre à frente dos outros veículos, através de aspectos como seu dinamismo e sua flexibilidade, que possibilitam intervenções, complementando notícias através de novos dados e reportagens mais detalhados, durante a programação. Afinal, em uma rádio *all-news* o trabalho é infinito.

A simplicidade do rádio pode ser atribuída tanto às facilidades de transmissão como à linguagem, que deve ser forte e clara, uma vez que os ouvintes ocupam-se com outras tarefas.

Segundo Barbeiro e Lima, no livro “Manual de Radiojornalismo”, a imparcialidade é utópica, uma vez que o jornalista tem seus próprios valores. Assim, não é possível separar informação de opinião e o caminho, portanto, é a isenção, que permite que todos os lados sejam ouvidos. A isenção “é a busca constante do que se entende ser a verdade.”<sup>37</sup> O rádio, como qualquer outro veículo de prestação de serviços deve buscar uma informação qualificada, apartidária e fiel, a partir de um jornalismo pluralista e democrático.

Para os jornalistas, além da isenção há uma ética a ser respeitada, pois só ela permite que a injustiça e a desigualdade sejam combatidas. “A aplicação dos princípios éticos valoriza e reforça a pluralidade e a diversidade, porque plural e diversa é a condição humana.”<sup>38</sup>

A ética é uma construção social, e portanto, independe do livre arbítrio de cada jornalista. É por isso que existe, em cada país, um Código de Ética para os jornalistas, especificando seus deveres e poderes, como por exemplo: combater a corrupção, respeitar o direito à privacidade do cidadão, evitar favorecimentos pessoais e ouvir todos os lados envolvidos em um fato. Este Código de Ética prevê penalidades quando seus artigos forem descumpridos.

---

<sup>36</sup> In: “Rádio: 24 Horas de Jornalismo” - PARADA, M. – p.11

<sup>37</sup> BARBEIRO, H. e LIMA, P. ” *Manual de Radiojornalismo* ” – p.12

<sup>38</sup> IDEM – p.16

Marcelo Parada em “Rádio: 24 Horas de Radiojornalismo” levanta os aspectos mais relevantes que caracterizam a notícia :

1. Proximidade: a notícia local é mais interessante para os ouvintes, mesmo que seja menos importante do que uma notícia internacional.
2. Relevância: a notícia deve interessar a um grande número de pessoas e ter utilidade.
3. Imediatismo: “aqui e agora”, é daí que vem a força do rádio.
4. Equilíbrio: entre o que a audiência precisa saber e o que quer saber.
5. Drama: notícias apelativas despertam interesses (perigos, conflitos, crimes), mas é preciso saber divulgá-las sem por em risco a integridade.
6. Entretenimento: o rádio não deve divulgar só desgraça, é preciso informar a hora, atos do governo, previsão do tempo, trânsito, etc..

Para Marcelo Parada todos os envolvidos na emissora de rádio devem ter o costume de relatar fatos observados no cotidiano. Todos são repórteres na medida em que “aliada à flexibilidade do rádio, a possibilidade de intervenção ao vivo de praticamente qualquer lugar e de forma instantânea tornam a reportagem uma função de todos na emissora.”<sup>39</sup>

O pauteiro é responsável pelos acontecimentos que podem vir a ser reportagens. Ele é quem escolhe os pontos a serem abordados no dia (*gatekeeper*). A reportagem é direcionada por ele, que chega a dar sugestões na sua construção. Durante a elaboração desta, o dinamismo dos fatos pode fazer com que a pauta mude e o pauteiro deve estar atento a isso.

Uma reportagem funciona da seguinte maneira: a notícia é captada e reproduzida de modo mais adequado pelo repórter, que se utiliza de entrevistas e sonoras. O som das reportagens ao vivo é importante, pois dá o clima da situação, levando o ouvinte para o local do acontecimento. Depois o repórter volta para a emissora e grava a matéria no estúdio, deixando um relatório para o chefe de reportagem e o editor. O repórter deve também deixar sugestões para o prosseguimento da matéria. Com o fim do programa, o produtor, o âncora e o assistente fazem um relatório com o que foi apresentado.

---

<sup>39</sup> PARADA, M. “Rádio: 24 Horas de Jornalismo” – p.31

A edição faz parte da pós-produção da reportagem, organizando-a. O editor exerce também o papel de *gatekeeper*, selecionando, entre o que já foi coletado, aquilo que vai ao ar. As sonoras são sempre importantes nas reportagens, pois é a partir delas que as opiniões dos entrevistados são expressadas, diferindo da isenção que deve ter o repórter.

Há uma central informativa, responsável por acompanhar noticiários de outras emissoras de rádio e televisão, além de manter contato com prestadoras de serviço, como polícia, bombeiros, prontos-socorros, etc..

O quadro de funcionários se distribui da seguinte forma:

- Informação: chefes de reportagem/ repórteres/ redatores/ correspondentes/ pauteiros/ apuradores/ rádioscutas/ técnicos;
- Edição: editores de reportagem/ técnicos de edição;
- Exibição: âncoras/ locutores/ sonoplastas/ produtores/ auxiliares de produção;
- Coordenação: gerente de jornalismo/ coordenador regional de jornalismo/ coordenador de esportes/ coordenador de rede;
- Direção: diretor de jornalismo.

Barbeiro e Lima destacam a importância das fontes que, segundo eles, são umas das matérias-primas da reportagem. O jornalista não deve, no entanto, estabelecer uma relação íntima com a fonte, pois ela pode limitá-lo ou influenciá-lo. A chefia deve estar sempre informada pelo repórter, no desenrolar da reportagem, para checar informações obtidas e também para providenciar direito de resposta no caso de alguma acusação ter sido feita.

Um fator de perda da credibilidade é a relação que o rádio estabeleceu com a política nas últimas décadas. Essa relação vem da participação de comunicadores em eleições e de políticos que adquiriram emissoras, privilegiando seus interesses. Por isso os comunicadores, segundo o manual de radiojornalismo, devem ser cuidadosos ao relatar fatos políticos, pois não devem influenciar os ouvintes através de observações pessoais, e também não devem vincular sua imagem à políticos ou partidos. Além disso, a participação dos candidatos no período eleitoral deve ser restrita à discussões que tratam desse mesmo tema.

## Radialistas na Política

A relação dos radialistas com a política começa a se desenvolver a partir dos anos 80, quando estes passam a concorrer para cargos públicos e políticos se tornam donos de emissoras através da “promiscuidade” da política de concessões. Em seus programas radiofônicos prevalece uma postura pessoal, que acaba se transformando em um projeto político com o qual determinados segmentos da sociedade se identificam. Os espaços não ocupados pelo Estado e suas instituições são preenchidos pelos radialistas, que têm grande carisma junto ao público, carisma este produto de uma ação realizada em meio a uma crise política. O radialista passa, assim, de “porta-voz do ouvinte” a “delegado do eleitor” (NUNES, 2000), e, se eleito, tem pela frente o desafio de não deixar que sua imagem positiva de comunicador se associe à imagem negativa da política.

O sucesso do comunicador na carreira política vai depender da profundidade da relação que estes são capazes de estabelecer com seus ouvintes. O radialista que entra na política é o “comunicador no qual a população se projeta e que está o mais próximo possível do povo.”<sup>40</sup> Diferentemente do político tradicional, que busca adesão para suas propostas, o radialista constrói sua relação com seus eleitores em potencial a partir de um projeto político coletivo. Assim, o processo de politização é uma construção coletiva, pois ouvintes e radialistas criam um cenário no qual o “delegado do ouvinte” passa a atuar como representante do público. O grupo deposita neste “delegado” sua esperança política, o que não contribui para o exercício de sua cidadania: os ouvintes eleitores transferem seu poder de cidadãos para o radialista-político, que seria uma voz mais alta que se levantaria sobre a sensação de impotência da população.

Márcia Nunes destaca os gêneros de programas de rádio mais propícios para a politização. São eles: variedades (prestação de serviços), policial e esportivo; e são desses gêneros que saem a maioria dos radialistas que se tornam políticos. Apesar de haver no rádio o gênero político, não é dele que surgem os candidatos de maior sucesso na política. Os gêneros que são “transformados” em políticos não o são por acaso, tudo depende da postura do apresentador desses programas. Segundo a autora, “esse processo de politização

---

<sup>40</sup> NUNES, M. *“Rádio e Política: do Microfone ao Palanque”*, p.24

desses gêneros radiofônicos representa, na prática, a despolitização do conjunto dos ouvintes, acreditando se encontrarem incapacitados de exercer sua cidadania plenamente, delegam a um só, ao locutor, a condição de lutar politicamente por eles, defendendo seus direitos, já que eles não acreditam na sua capacidade de luta, de organização política e de resolução de seus próprios problemas.”<sup>41</sup> O “delegado” surge, para os ouvintes, como uma figura próxima do povo, e a notícia se transforma em um pretexto para que ele entre em ação, procurando mostrar ao público que é capaz de exercer esse papel para o qual foi designado. Isso cria no ouvinte a expectativa de imaginar como seria bom esse “delegado” exercendo um mandato político.

A autora conclui que através da linguagem própria do rádio surge uma nova forma de fazer política. No entanto, o que vemos é uma prática que não contribui para a mobilização e politização dos ouvintes, já que não são levados a lutar pelos seus próprios direitos. Além disso, os radialistas que mudaram do cenário radiofônico para o cenário político se mostraram incapazes de concretizar os compromissos assumidos com os ouvintes/eleitores. Eles não são mais tão produtivos e competentes como no rádio – onde podiam agir imediatamente quando ocorria uma denúncia – pois a política possui uma outra lógica para a qual eles não estão preparados. Esta politização dos comunicadores colabora para a perda de credibilidade do rádio quando se trata de questões políticas.

### **A Rádio Eldorado AM**

A Rádio Eldorado foi fundada em 1958 visando, segundo informações fornecidas pela emissora, buscar sempre um rigoroso padrão de qualidade, tanto em AM, quanto FM. Atualmente está ligada ao terceiro maior conglomerado da mídia brasileira, o grupo do jornal *O Estado de S. Paulo (OESP)*.

A emissora foi responsável por algumas inovações na área, sendo a primeira a ter comentaristas especializados, uma rede de correspondentes internacionais, participação espontânea dos ouvintes, entre outros.

---

<sup>41</sup> IDEM, p. 107

Segundo dados da própria empresa, seu público é formado por: 96% maiores de 25 anos de idade; 71% pertencentes às classes A e B; 63% economicamente ativos e 42% com formação universitária.

A Rádio Eldorado também é conhecida por seus projetos em defesa da sociedade e cidadania, como por exemplo a campanha de despoluição do Rio Tietê, que conseguiu 1,2 milhões de assinaturas, sendo o maior abaixo assinado já recolhido no país. Outros projetos da rádio são mais engajados politicamente, como as campanhas contra a obrigatoriedade da Voz do Brasil e do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), a campanha “Exija a Cassação de Jader Barbalho” e o Troféu Cara de Pau. Este último merece destaque por sua “ousadia”. O Troféu Cara de Pau foi criado em 1999 e promovia um concurso no qual os ouvintes votavam para eleger o “Cara de Pau do Ano” e o “Oscar da Baixaria” baseado em políticos que se destacavam negativamente durante o mês\*. Esta “premiação” foi suspensa temporariamente, pois os ouvintes reclamavam que estas ironias não acrescentavam nenhuma melhoria à política brasileira.

---

\* *Troféu Cara de Pau - Resultado Final da Votação: 1º lugar - Paulo Maluf - Capo de Tutti Capi (Abril) - 1216 votos; 2º lugar - Fernando Collor - Pelo Amor de Deus..... (Setembro) - 733 votos; 3º lugar - Paulo Maluf e Celso Pitta - Pai Desalmado, Filho Bastardo (Maio) - 577 votos; 4º lugar - Vereadores de São Paulo - Preguiça Endêmica (Fevereiro) - 395 votos; 5º lugar - Antônio Carlos Magalhães - Robin Hood do agreste (Agosto) - 334 votos; 6º lugar - Brasil Vita, Wadih Mutran e Vicente Viscome (Março) - 265 votos; 7º lugar - Celso Pitta - Felizmente o desgoverno está no fim (Outubro) - 242 votos; 8º lugar - Itamar Franco - Obtuso do Milênio (Janeiro) - 220 votos; 9º lugar - José Izar - Quem cala, consente (Julho) - 185 votos; 10º lugar - Paulo Maluf - Lugar de palhaçada... (Novembro) - 133 votos; 11º lugar - Luiz Estevão - OK, vocês venceram (Dezembro) - 97 votos; 12º lugar - Wadih Mutran - Sou o capo do bloco dos sem vergonha (Junho) - 85 votos.*

### **A Jovem Pan AM**

A Jovem Pan de São Paulo foi inaugurada em 03 de maio de 1944 sob o nome de Rádio Panamericana S.A e, no final do mesmo ano passou a fazer parte do Grupo das Emissoras Unidas. A Panamericana foi, inicialmente, projetada para transmitir novelas mas, em 1945, foi transformada na “emissora dos esportes”. Somente em 1964 a rádio mudou de nome e passou a se chamar Jovem Pan.

Em 1966, a emissora começou a ter programas de música brasileira e, de 1970 a 1972 foram criados os programas jornalísticos, sendo que um deles, o “Jornal da Manhã”, continua a ser transmitido até hoje. A criação desses programas marca uma opção da emissora em fazer um jornalismo participativo, através do qual é focalizada a prestação de serviços e o espaço para diálogo entre o cidadão e as autoridades da cidade e do país. Atualmente, a programação da emissora permanece 24 horas no ar e suas reportagens envolvem entidades representativas, casas legislativas e entrevistas.

### **A Bandeirantes AM**

A Rádio Bandeirantes surgiu como Sociedade Bandeirante de Radio Difusão – PRH-9 em 1937, e se dedicava à música erudita. Em poucos anos mudou sua programação para uma fórmula mais popular, incluindo radionovelas, música brasileira, programas de auditório, etc. A partir dos anos 60, e até hoje, ela se dedica ao jornalismo.

Em meados da década de 40, a rádio foi integrada ao sistema Emissoras Unidas, que incluía as rádios Record, Panamericana, São Paulo, Excelsior e Difusora Hora Certa de Santo Amaro. Em 1947 ela é vendida a Adhemar de Barros, depois eleito Governador do Estado. Em 1948 o empresário João Jorge Saad se torna seu proprietário.

Em 1965 suas instalações são transferidas para o primeiro edifício construído especialmente para a radiodifusão no Brasil. Dois anos depois o Sistema Rádio Bandeirantes inaugura um canal de televisão.

A Rádio Bandeirantes foi pioneira em alguns acontecimentos que marcaram a história do rádio no país, como: transmissão ininterrupta de 24 horas no ar em 1950; concentração dos anúncios publicitários em blocos de três minutos (em uma época na qual

as propagandas eram longas e constantes durante a programação) em 1955; geração simultânea RJ-SP em 1962; transmissão via satélite (BANDSAT) em 1989; entre outros.

## **A CBN AM**

A rádio CBN, fundada em 1º de Outubro de 1981, faz parte do grupo Globo e é hoje a maior rede de emissoras *all-news*, com 24 horas de jornalismo. Em 1995 a CBN passou a operar também em FM e ganhou pela Associação Paulista de Críticos de Arte, a menção honrosa por ser a primeira emissora jornalística em FM na cidade de São Paulo e em 1996 foi escolhida pela mesma Associação como a emissora com melhor cobertura jornalística.

A emissora se destacou politicamente quando transmitiu em 1992 depoimentos decisivos na CPI de Paulo César Farias, que resultou no impeachment do presidente Fernando Collor de Mello.

Seus ouvintes são, na maioria, acima de 30 anos, economicamente ativos e pertencentes às classes A e B.

## **As Eleições**

### **Campanha Eleitoral e Mídia Eletrônica**

Desde 1962 uma lei regulamenta o acesso gratuito à televisão e ao rádio por parte dos políticos, mas só a partir dos anos 70 é que a campanha eleitoral nesses meios de comunicação se tornou efetiva, através do HGPE (Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral). No entanto, devido à ditadura militar, o uso da TV e do rádio por partidos e candidatos era ainda muito restrito e moldado de acordo com os interesses eleitorais do regime. Só a partir de 1985 é que os políticos passaram a utilizar esses veículos sem

restrições, mas foi somente na campanha presidencial de 1989 que os meios eletrônicos (a televisão em particular) ganharam destaque e importância na competição eleitoral.

Em seu texto “Espaço Público, mídia e modernização das campanhas eleitorais no Brasil”, Fernando Azevedo (1998) aponta para a presença cada vez maior da televisão e do rádio como instrumento de partidos e candidatos, o que resulta em uma crescente “despoliticização da sociedade pelo deslocamento dos temas políticos em favor de um jornalismo de banalização, vulgaridade e sensacionalismo.”<sup>42</sup> Somando-se a isso, cai a qualidade do debate político e as pessoas passam a escolher seus candidatos através da emoção criada por propagandas publicitárias apelativas e não racionalmente. Esse fator reflete-se na falta, cada vez mais evidente, de identidade partidária e na personalização da vida política, ou seja, o candidato passa a ser mais importante do que seu partido e a ideologia ou programas de governo que sustenta.

A história da política brasileira, que passou por seis sistemas partidários diferentes, não contribuiu para que se formassem partidos fortes e, muito menos, para que uma cultura receptiva à ação dos partidos e à identidade partidária se estruturasse. Essa distância entre cidadãos e partidos contribuiu para maior participação da mídia eletrônica, que aparece como mediadora desta relação. Diante desse contexto, as campanhas políticas começam a se profissionalizar a partir do próprio uso dos veículos eletrônicos como forma de diálogo com os eleitores, do uso de pesquisas de opinião e da personalização do candidato. Segundo Fernando Azevedo, essas características refletem uma adequação da política ao espaço público mediatizado e expressam uma tendência a uma padronização da competição partidária. O autor aponta para os indicadores desta nova forma de campanha, são eles:

- Profissionalismo da campanha. O multipartidarismo trouxe a necessidade de campanhas mais competitivas e eficientes, e a utilização do rádio e da TV como meios para conseguir isso exigiu a contratação de profissionais especializados. A presença dos “marqueteiros” acarretou em um deslocamento do controle executivo da campanha (relacionado com o controle político e ideológico do partido) e, por isso, alguns partidos, principalmente os de esquerda, até há pouco tempo resistiam a esse tipo de

---

<sup>42</sup> AZEVEDO, F. A. , “*Espaço público, mídia e modernização das campanhas eleitorais no Brasil*” p.2

profissional, como o PT por exemplo, onde a relação entre a direção política e a equipe contratada para fazer a campanha era tensa. No entanto, segundo o autor, “mesmo partidos mais ideológicos e programáticos deverão cedo ou mais tarde adotar um gerenciamento profissional das campanhas eleitorais.”<sup>43</sup>, fato confirmado com a adesão do PT aos esquemas montados pelos “marqueteiros” em suas campanhas eleitorais. A profissionalização é mais acentuada em partidos de centro e direita, como mostraram as campanhas de Collor e FHC. Isso ocorre porque normalmente esses partidos não possuem uma militância que se mobilize contra essa tendência e porque possuem uma orientação política baseada em cada episódio eleitoral.

- Uso das pesquisas de opinião. Os partidos utilizam-se da pesquisa de opinião para orientar suas campanhas e os meios de comunicação se utilizam destas pesquisas para aumentar as notícias acerca da competição política. Na campanha de 1989, por exemplo, Fernando Collor construiu sua imagem a partir de pesquisas, que se tornaram indispensáveis no jogo político. Nesse contexto, a mídia desempenha papel de profunda relevância, na medida em que a divulgação dos votos influi diretamente na campanha eleitoral. Outro exemplo da influência das pesquisas de opinião foi observado nas eleições para o governo do estado de São Paulo em 1998, quando surgiu a suspeita, por parte do PT, de que as pesquisas haviam sido manipuladas, aumentando a vantagem de Maluf sobre Covas e Marta, induzindo os anti-malufistas a fazerem voto útil no candidato do PSDB que estava em segundo lugar.
- Uso da mídia de massa. A crescente importância dos meios de comunicação de massa como mediadores entre candidatos e eleitores fez com que todo acontecimento de uma campanha (comícios, passeatas, reuniões, etc.) passasse a ser elaborado para se transformar em um evento da mídia, constituindo o processo de espetacularização da política.
- Personalização da campanha eleitoral. Essa é uma tendência presente em diversas democracias e, no Brasil, acentuada pela legislação partidária atual, que não penaliza a infidelidade partidária. O PT é uma exceção nesse processo, pois explora sua identidade ideológica em relação aos outros partidos, como o de FHC que, em 1994, se elegeu a

---

<sup>43</sup> IBIDEM

partir de uma campanha extremamente individualizada baseada na implantação do Plano Real enquanto era ministro.

No rádio a campanha eleitoral aparece de três formas: a partir de programas jornalísticos, *talk-shows* (entrevistas e debates) e do dia-a-dia dos candidatos. A cobertura do período eleitoral é baseada em comentários sobre os programas políticos, perfil dos candidatos, incluindo seu passado e na participação de especialistas, como cientistas políticos, sociólogos e economistas.

Segundo Heródoto Barbeiro, no *workshop* “Mídia e marketing político no processo eleitoral”<sup>\*</sup>, há um choque estrutural entre interesses políticos e liberdade de expressão na divulgação de notícias pelo rádio. O fato de donos de emissoras se candidatarem a cargos públicos ou estarem ligados a grupos políticos, exerce uma pressão no veículo com o intuito de manipulá-lo, montando um palanque eleitoral eletrônico, limitando os editoriais e enfraquecendo o meio. “A imprensa seja ela rádio, TV, jornal, etc, tem um dono, e se ela tem um dono ela tem um interesse.”<sup>44</sup> O resultado disto é a censura e a desinformação, e deve ser combatido a partir de uma cobertura isenta, participativa e cidadã.

As leis eleitorais impedem os jornalistas de fazerem comentários mais analíticos e opinativos sobre os candidatos e favorecem os políticos, fazendo com que os profissionais sofram ações judiciais e multas. Conforme a pesquisa realizada, durante o período eleitoral de 2000 as rádios Eldorado e Jovem Pan AM deixaram clara a sua posição quanto à lei eleitoral de 1996 que proíbe as emissoras de rádio e TV de opinar sobre candidatos neste período. Em programa do dia 15 de agosto, o comentarista da **Jovem Pan**, José Neumane Pinto disse: “*os políticos podem falar tudo a respeito de si mesmo, inclusive mentiras, tudo a respeito de seus adversários, inclusive mentiras, e ninguém pode falar a verdade sobre eles. Isso é democracia ou é ditadura dos políticos?*” A rádio **Eldorado** optou por chamar especialistas para comentarem sobre o assunto. Em programa do mesmo dia o jurista Nei

---

\* *Workshop* “Mídia, e Marketing Político no Processo Eleitoral”. Profissionais da Mídia – radiojornalismo, telejornalismo e imprensa escrita: Heródoto Barbeiro (CBN e TV Cultura), Gabriel Priolli (TV PUC/SP), Mariana Caetano (O Estado de S.Paulo). Profissionais do Marketing Político: Chico Malfitani (publicitário e jornalista), Rubens Figueiredo (publicitário), Silvia Cervellini (publicitária), André Singer (Folha de S.Paulo). – 24/08/2001 – PUC-SP. Promoção: Equipe do Projeto Temático “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo”, financiado pela FAPESP.

<sup>44</sup> CAETANO, M. , em *Workshop* “Mídia e marketing político no processo eleitoral”, ago/2001

Prado, membro da Academia Internacional de Direito e Economia, aparece afirmando que a legislação eleitoral brasileira é inconstitucional, destacando o artigo 5º, inciso 4º, que afirma ser livre a afirmação do pensamento sendo vedado o anonimato: *“o parágrafo 1º deste mesmo artigo diz de forma peremptória: nenhuma lei conterà dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação. Está se vendo, por exemplo, por decorrência, que esta lei está impregnada de inconstitucionalidade.”*

### **Rádio e Eleições: A Cobertura Radiofônica de 2000 em São Paulo**

“A imprensa é a análise,  
o rádio é a síntese.”  
(Heron Domingues)

Para analisar as eleições municipais estudamos as rádios Eldorado AM e Jovem Pan AM de agosto a novembro totalizando 25 dias (segundo a amostra) e 232 matérias, sendo 125 da primeira e 107 da segunda. Foi criada uma planilha específica para o radiojornalismo (ver anexo III) e definida uma lista de temas e subtemas, esclarecidos anteriormente.

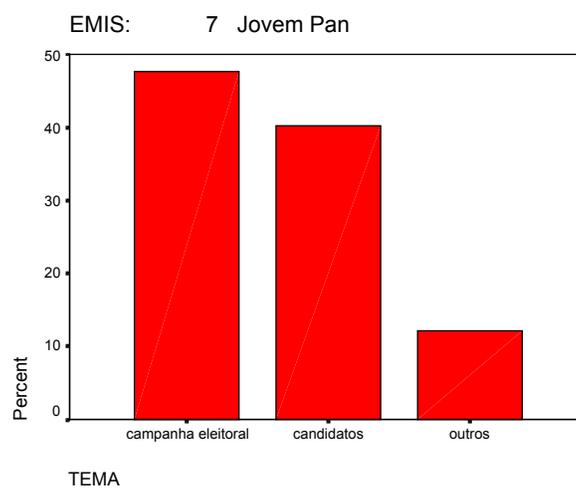
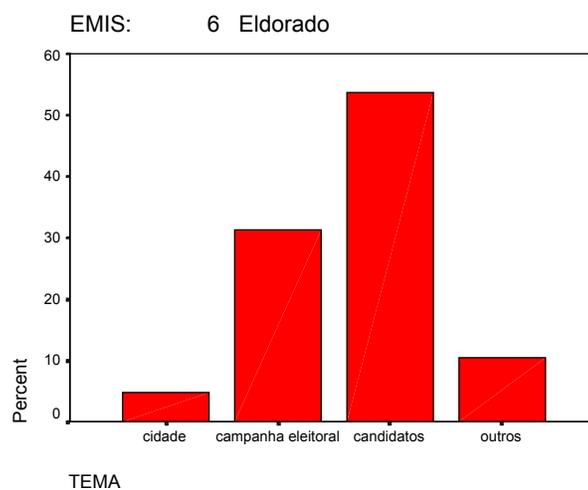
Para nossa surpresa o tema Cidade foi o menos tratado pelos candidatos e pelas emissoras, na Jovem Pan nem chegou a ser mencionado (ver gráfico 1 e 2), apesar da cidade de São Paulo apresentar diversos problemas, como: transporte, habitação, infraestrutura (especialmente enchentes e buracos), saúde e segurança. Pudemos observar que em outros veículos de comunicação estes problemas foram mais abordados através de programas especiais. Isto mostra que as emissoras estudadas optaram por ignorar as questões do município e por não cobrar propostas dos políticos. Mesmo as matérias que tratavam da cidade eram superficiais ou discutiam sub-ítemns menos importantes, por exemplo:

**Locutor** - Os eleitores usam da legislação para se apoiarem e reclamam dos candidatos porcalhões. Informações da repórter Adriana Bechara.

**Repórter** - A lei proíbe a pichação e colagem de cartazes em locais públicos, assim como árvores, jardins e postes de sinalização. Também é obrigatório a sigla do partido ou da coligação nas propagandas. Desta vez a denúncia vem da Zona Norte, com o ouvinte José Luiz Bariane.

**José Luiz Bariane** - O vereador Wadih Mutran, além de emporcalhar o bairro de Vila Maria, Santana, Vila Guilherme com os cartazes com a foto dele nos postes, ele agora achou de pintar a ponte também. Pintou a ponte com o nome dele e do Paulo Maluf, a aí pegou super mal. E um monte de gente reclamou e eles resolveram consertar da seguinte maneira: pintaram tudo com cal e a ponte está todinha manchada, está realmente muito feio.

**Repórter** - José Luiz Bariane lembra que as regras para propaganda de rua estão previstas na Lei federal número 9504. E permitem aos candidatos a fixação de banners e faixas, mas sem cola e tinta. Os eleitores têm consciência de direitos e deveres. Coisa que ainda falta a muitos candidatos(Eldorado – 22/08/00).



Os subtemas mais tratados em Campanha Eleitoral foram: Pesquisa eleitoral (30,6%) e Perspectivas eleitorais (27,7%), seguidos de HGPE (16%) – ver gráficos 3 e 4 -, Agenda do candidato (13,8%), Debate político (11%) e Resultados eleitorais (0,8%). Não foram feitas entrevistas com os candidatos. O primeiro, Pesquisa eleitoral, designa a divulgação de dados obtidos por empresas de pesquisa de opinião, dando um panorama da situação de cada candidato:

**Locutor 1** - Alckmin e Maluf consolidam-se no segundo lugar na disputa pela Prefeitura de São Paulo aponta pesquisa do IBOPE.

**Locutor 2** - A 19 dias da eleição ambos têm 14% das intenções de voto.

**Locutor 1** - Nesse cenário, Erundina do PSB que estava tecnicamente empatada com os dois fica fora do páreo com 10%.

**Locutor 2** - Tuma do PFL continua em quarto lugar com 7% das intenções de voto.

**Locutor 1** - A petista Marta Suplicy continua na frente com 33%.

**Locutor 2** - E aguarda o eleitorado decidir quem será seu adversário no segundo turno.

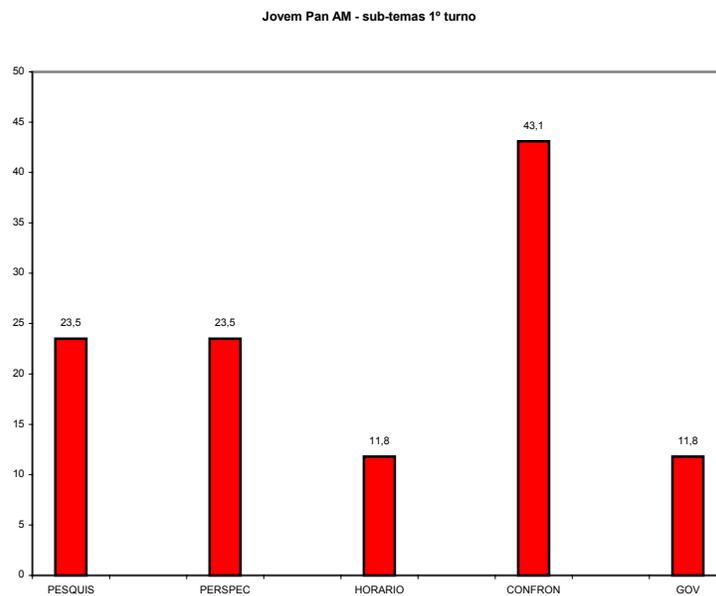
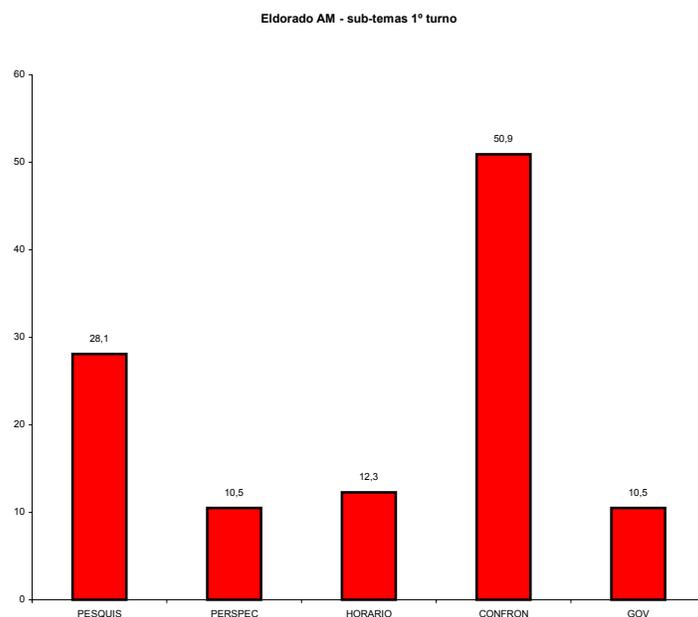
**Locutor 1** - O número de eleitores indecisos que pensam em votar em branco ou anular o voto caiu de 22 para 17% (**Jovem Pan – 12/09/00**).

A divulgação destas pesquisas é fundamental para o desenrolar da campanha, pois é conforme sua posição que o candidato recebe mais ou menos recursos financeiros, o que vai refletir na sua propaganda eleitoral. O segundo sub-tema, Perspectivas eleitorais, trata de conjecturas feitas por comentaristas da rádio ou especialistas convidados sobre os possíveis rumos da campanha ou da própria eleição, refletindo sobre suas conseqüências para a cidade ou até mesmo para as eleições presidenciais:

**Fernando José** - Podem acontecer coisas engraçadas no segundo turno. Não dá ainda para afirmar que o segundo turno vai ser entre Marta e Alckmin, se isso acontecer poderão ser observados alguns apoios que nunca poderiam ser observados em outros tempos. Acredite se quiser, mas Maluf pode apoiar Marta. Claro que não será um apoio oficial nem explícito, mas o que ele pode fazer é orientar os seus operadores para estimular o eleitorado fiel a optar por Marta. É que na visão dos articuladores malufistas, a vitória de Alckmin é bem mais perigosa para planos futuros do que a candidata petista. Na avaliação malufista Marta é menos perigosa na administração da cidade do que Alckmin. Os tucanos também já têm o comando do estado. Enquanto não vem um apoio envergonhado dos malufistas à Marta, pode acontecer um apoio aberto de Erundina à candidatura tucana. Aí é porque Erundina é amiga de Covas, os dois se respeitam, além disso ela não confia nos petistas, seus antigos companheiros. Agora o voto dos caciques políticos pode pregar um susto nessa turma, por

isso o mais importante é imaginar qual será o caminho dos votos daqueles candidatos que ficaram no meio do caminho (**Jovem Pan – 05/09/00**).

No terceiro tema, Candidatos, Confrontos/Ataques apareceu 52% das vezes (ver gráficos 3 e 4), Apoios 28,2%, Programa de governo 14,1% (ver gráficos 3 e 4), Declarações 5% e Alianças 0,7%.



A predominância de Confrontos/Ataques e o baixo índice de Programa de Governo mostram que o período eleitoral se pauta mais em questões privadas do que públicas:

(Vinheta – Eldorado, eleições 2000 : hora de você dar o troco !)

**Locutor 1** - A baixaria continua, Maluf questiona decisão judicial que suspende o programa eleitoral dele e volta a carga contra Marta.

**Locutor 2** - Nas críticas o candidato fala de sexo e drogas, só faltou o rock ‘n’ rol.l

**Maluf** - É lógico que quem tem vergonha na cara não vota em quem defende o aborto como dona Marta, evangélico que tem vergonha na cara não vota em dona Marta.

**Repórter** - Este foi o tom da entrevista do candidato, concedida nesta quarta-feira. Vamos acompanhar mais uma de Maluf:

**Maluf** - Ela quer legalizar o aborto, ela contou, não sei se saiu no *Estadão* ou no *JT*, se não me falha a memória num sete de setembro, que ela fumou maconha, quer dizer, a vida dela, como disse o bispo de Jundiá é uma vida permissiva, eu estou contando a verdade sobre a vida dela.” (Eldorado – 19/10/00)

Este assunto foi tratado por Márcia Vidal Nunes no texto “Rádio e Político: do microfone ao palanque – os radialistas políticos em Fortaleza (1982 – 1996)”, que afirma que na adequação da política à mídia, o discurso político se transforma, adquirindo características de show. Este processo ocorre tanto na mitologização dos atores políticos quanto na transformação da narrativa em dramatização feita pelos meios de comunicação. Portanto, são incorporados elementos da ficção, com todos seus conflitos e emoções na política, com o intuito de seduzir os eleitores através desta atração. O político então também se adequa a esta nova forma de “fazer” política e se transforma em personagem para poder fazer parte da encenação. “A política é o terreno por excelência da dramatização: os líderes ‘personificam’ algo para o grupo através de sua atuação”<sup>45</sup> e a política adquire, assim a caracterização de entretenimento.

Apoios e Alianças aparecem durante o segundo turno quando os candidatos eliminados estão definindo sua posição:

**Locutor 1** - Marta aumenta o leque de apoio na disputa no segundo turno e evita clima de já ganhou. Na tarde de ontem foi a vez de receber a adesão do presidente da Câmara estadual, Michel Temer do PMDB. A candidata do PT a prefeitura de SP continua buscando

---

<sup>45</sup> NUNES, M., “Rádio e Político: do microfone ao palanque – os radialistas políticos em Fortaleza”, p.04

alianças que justifiquem o slogan: “agora somos todos Marta”, que vai utilizar a partir de sexta-feira, quando começa o horário eleitoral. Marta diz que qualquer apoio é importante, seja ele de direita ou de esquerda, porém, questionada sobre a posição do PMDB na Câmara municipal, sempre favorável a Pitta e Maluf, a candidata preferiu o silêncio. Marta se esforça para evitar o clima de já ganhou, e prefere aguardar o fechamento das urnas no próximo 29 de outubro. A candidata do PT aproveitou também para trocar farpas com o adversário Maluf. Segundo ela, ao falar de uma lista de fatos comprometedores, Maluf demonstra falta de instabilidade (**Jovem Pan – 10/10/00**).

Programa de governo aparece pouquíssimas vezes considerando sua importância em época de eleições:

“Locutor 1 – O candidato da coligação PFL/PMDB quer a guarda civil metropolitana com maior autonomia para o combate a violência.

Locutor 2 – Para isso conta com a aprovação, ainda este ano, no Congresso, da proposta encaminhada por ele, que altera o artigo da Constituição.

Locutor 1 – Romeu Tuma esteve reunido com representantes da Associação Viva o Centro.

Repórter – A principal preocupação dos comerciantes e empresários colocada ao candidato do PFL é a permanência de camelôs no centro da cidade. Romeu Tuma disse estar consciente de uma ação rápida em relação ao problema, mas a solução, segundo ele, não acontece em curto prazo.

Tuma – Ou se faz no dia da posse, em seguida, que é o que fez o prefeito de Recife, Salvador e outras prefeituras, que tinha já levantado graficamente todos os pontos de concentração de camelôs que estão trazendo intranquilidade e dificuldade para os comerciantes e para os moradores do centro, ir já estudando uma solução para no dia seguinte você começar agir e realmente dar condições e não permitir que voltem mais. Tem que tratar como ser humano, não dá pra tratar como marginal, todo dia perseguindo, prendendo, soltando, invadindo, quer dizer, no fim a autoridade fica sem moral.

Repórter – O empate técnico dos candidatos na segunda posição apontado pelas pesquisas eleitorais não preocupa Tuma.

Tuma – A estratégia é traçada para ser reservada. Os estrategistas nunca contam o que vão fazer.

Repórter – Ainda segundo Tuma a prefeitura deve e pode participar da construção do rodanel metropolitano.” (**Eldorado – 29/08/00**)

Por Declarações entendemos os comentários feitos pelos candidatos acerca de outros temas menos relevantes:

“Locutor – Erundina admite publicamente ser mãe dos perueiros e camelôs.

Repórter – De cima do caminhão de som durante um mini comício em Guaianazes, Luiza Erundina assumiu posições criticadas.

Erundina – Dizem que eu não vou ganhar porque eu sou amiga dos perueiros. Eu tenho dito isso: eu prefiro perueiro trabalhando do que desempregado na rua. E os camelôs, também dizem que eu sou a prefeita dos camelôs e por isso eu não presto, eu sou mesmo a prefeita dos camelôs, eu prefiro camelô trabalhando do que bandido na rua.

Repórter – O discurso de Erundina foi feito após manifestação de apoio dos perueiros e camelôs que trabalham na região. A candidata do PSB acredita que esses são os eleitores que a levarão para o segundo turno.

Erundina – Você está vendo, em toda a região da periferia da cidade, em todas as áreas é essa mesma receptividade, esse mesmo carinho, essa mesma disposição de me ajudarem. Eu vou para o segundo turno!

Repórter – É para a periferia que Erundina faz críticas à imprensa, citando a presença da repórter da Eldorado, única jornalista a acompanhar o comício em Guaianazes.

Erundina – Quem é que vota 40 levanta o braço! Cadê os jornalistas aí para registrar ? Porque não registrou não, vocês já foram procurados pela pesquisa ? Vocês já foram pesquisados ? Eles só pesquisam os bairros classe A e B.

Repórter – Segundo assessoria de Erundina as visitas à periferia devem continuar até o fim das eleições.” **(Eldorado – 19/09/00)**

O quarto e último tema, Outros, se subdivide em quatro itens. Legislação eleitoral (37,2%) discutia decisões do TRE sobre as campanhas e leis:

“Repórter – O presidente do TSE, Neve da Silveira, se diz satisfeito com o processo eleitoral e garante que a informatização do voto é remédio para evitar a venda de votos e pressões ilegítimas. Um processo seguro, segundo o Ministro, que já iniciou outra fase de repasse da tecnologia para 10 países que se mostraram interessados. Nas eleições informatizadas do Brasil, a idéia agora é segundo o Ministro Neves da Silveira, é o aperfeiçoamento através de estudos da legislação e ajustes no programa, o TSE vai tentar implantar o voto em trânsito. O eleitor realmente votaria fora do domicílio eleitoral.” **(Jovem Pan – 03/10/00)**

A Administração Pitta também foi bastante falada (30%), principalmente para atacar Paulo Maluf, seu padrinho político:

“Locutor – A candidata do PT afirma que não cabe a ela, Marta, articular as políticas de aliança.

Locutor 2 – Essa missão fica a cargo da coordenação política do partido.

Locutor 1 – Mesmo assim, durante essa semana, fica a expectativa de quais os possíveis apoios à campanha dela além de Erundina.

Locutor 2 – O candidato Tuma, do PFL, que parabenizou a petista pela vitória, será um dos procurados.

Marta – Olha, se ele que levou a isso, gente, já está esquecendo que foi ele que começou. O Pitta era secretário das finanças dele, que foi quem não pagou os precatórios e desviou os recursos, ele fala como se ele não tivesse nada a ver com a dívida de São Paulo. Ele é responsável pela dívida de São Paulo, pelos túneis superfaturados, junto com Pitta, que só continuou o trabalho que ele estava fazendo. E ele foi responsável por essa indicação também, então, negar esse DNA ele não pode.” **(Eldorado 03/10/00)**

Utilidade pública (28,4%) tratava de questões práticas da eleição, como votar, justificar o voto, etc.:

“Locutor 1 – As urnas que serão usadas na eleição de domingo em SP já estão sendo lacradas.

Locutor 2 – São 47.395 urnas eletrônicas, sendo 14.000 dos 41 cartórios eleitorais da capital.

Locutor 1 – Antes de ser lacrada a urna é alimentada com os nomes dos eleitores da seção.

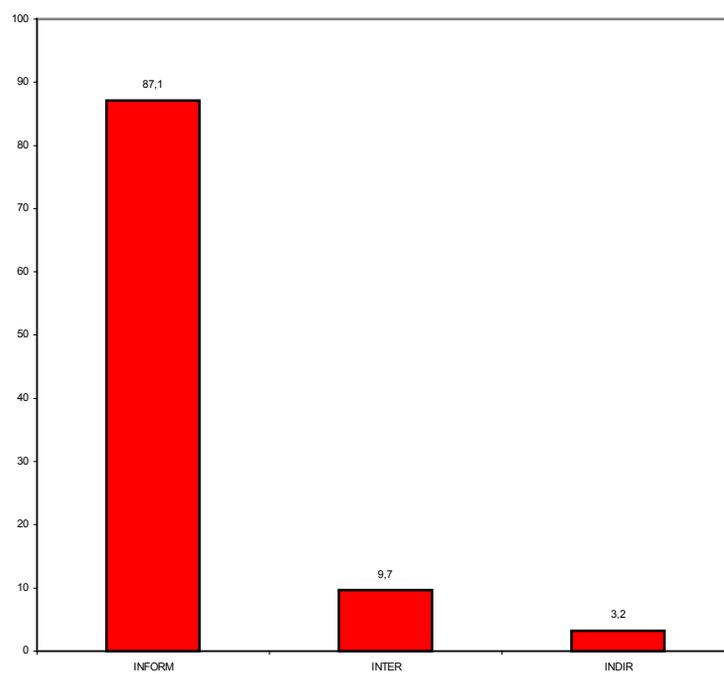
Locutor 2 – As urnas estão programadas para funcionar apenas no domingo, a partir das 7 e meia da manhã.” (**Jovem Pan – 26/09/00**)

Sociedade civil/cidadania não apareceu nenhuma vez.

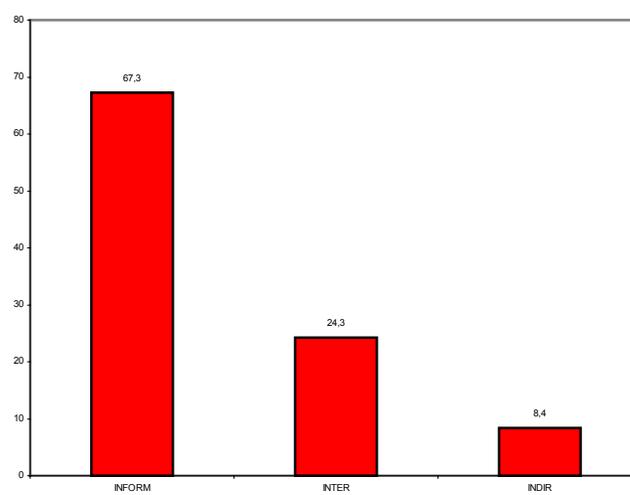
Para enquadrar o apresentador usamos as seguintes categorias (ver gráficos):

- Informativa, na qual o apresentador relata um fato ou introduz um tema. Por exemplo: *“Marta aumenta o leque de apoio na disputa no segundo turno e evita clima de já ganhou”* (**Jovem Pan – 10/10/00**); *“A candidata Marta encontrou-se com Covas no Palácio dos Bandeirantes na segunda-feira.”* (**Eldorado – 24/10/00**). Ambas as rádios são predominantemente Informativas (Eldorado - 86,7% e Jovem Pan – 67,3%).
- Interpretativa, na qual o apresentador interpreta um fato ou tema. Por exemplo: *“A lei eleitoral é feita por políticos, para políticos e por isso não vai mudar”* (**Eldorado - 12/09/00**); *“No caso de Marta, se ela for eleita pode ser simplesmente a presidência de SP e pronto. Mas todo mundo sabe que ela não quer só isso, ela quer transformar São Paulo na vitrine do PT para o Brasil”* (**Jovem Pan - 03/10/00**). A Jovem Pan é mais Interpretativa do que a Eldorado, 24,3% na primeira e 9,8% na segunda, devido ao grande número de comentaristas na emissora.
- Interpretativa indireta, na qual o apresentador relata a interpretação de outra pessoa sobre um fato ou tema. Por exemplo: *“Para o presidente da OAB em São Paulo, Rubens Aprobato Machado, a lei de anistia das multas acaba com a seriedade das eleições”* (**Eldorado – 15/08/00**); *“Para desembargadora do TRE da terceira região, Suzana Camargo, um longo período de campanha facilita a corrupção eleitoral”.* (**Jovem Pan – 28/09/00**). Ambas apresentam poucas Interpretativas indiretas, a Eldorado tem 3,5% e a Jovem Pan 8,4%.

Eldorado AM - apresentador



Jovem Pan AM - apresentador



A classificação da matéria se deu da seguinte forma (ver gráficos):

- Restrita, quando há apenas uma interpretação do fato ou tema. 40% das matérias da Eldorado são restritas, mostrando que nem sempre é respeitado o direito de resposta. Na Jovem Pan este número é menor (19,6%), porém também é significativo:

“Locutor – Marta Suplicy critica o governador Mario Covas e se prepara para virar alvo de ataques nos próximos dias. A candidata do PT à Prefeitura de São Paulo disse que o governador é o principal responsável pelos 8 anos da dobradinha Maluf-Pitta. Segundo ela Mario Covas foi omissivo nas eleições de 92, quando Maluf derrotou o candidato do PT Eduardo Suplicy. Marta Suplicy que realizou uma caminhada ontem pelo centro da cidade na parte da tarde disse também que está preparada para responder aos ataques dos demais candidatos. Para os coordenadores do PT esses ataques devem se intensificar principalmente por parte de Maluf, que, segundo pesquisas, perdeu eleitores na periferia para Marta.” (**Jovem Pan – 14/09/00**)

- Plural fechada, quando há mais de uma interpretação do fato ou tema, porém são organizadas em uma hierarquia, fazendo com que uma se destaque entre as demais (não ocorreu nenhuma vez).
- Plural aberta, quando há mais de uma interpretação do fato ou tema, mas sem nenhuma hierarquia. O grande número de matérias restritas reflete no baixo índice de matérias Plural aberta, sendo 9,6% na Eldorado e 3,7% na Jovem Pan:

“Repórter de Paris – A eleição de Marta marca a vitória da ala chique do PT. É dessa forma que o jornal Le Monde anunciou o resultado das eleições de domingo. Já o Liberation fala da vitória de uma sexóloga de 55 anos representante do PT, o grande vitorioso do pleito. Para esse vespertino, o jornal de referência Le Monde, Marta derrotou um político experiente, o ex-prefeito e governador Paulo Maluf, nascido no colo da ditadura militar. O jornal chama também a atenção dos franceses para a responsabilidade da prefeita que vai governar uma cidade com 18 milhões de habitantes, 10 milhões de intramuros e que produz 35% do PIB do país. A chegada da esquerda, ao contrário do que se podia imaginar, não provoca nenhuma reação negativa do patronato, afinal Marta vem de uma família da aristocracia brasileira. Cada vez mais, segundo o meio empresarial, Marta é a cor-de-rosa do PT que se associa aos sociais-democratas no Brasil e no exterior, de Covas e FHC internamente, e dos partidos da internacional socialista aqui na Europa. Marta já representou o PT na última reunião da Internacional que se realizou aqui em Paris. O PT evoluiu a procura de criar condições de conquistar o poder no plano nacional, afirmam os

jornais franceses. Por isso a repercussão da vitória de Marta sobre Maluf é favorável na Europa e a única maldade que se encontra no sério artigo do jornal Le Monde é que define a candidata do PT como uma ‘fogosa quinquagenária’”. (**Jovem Pan – 31/10/00**)

- Episódica, quando não há nenhuma interpretação do fato ou tema, que são apenas relatados. O índice de matérias Episódicas é alto em ambas emissoras (38,4% na Eldorado e 47,7% na Jovem Pan), mostrando que apesar de nem sempre haver direito de resposta as rádios se preocupam com a isenção:

“Locutor 2 – O candidato do PFL se declara vitorioso pois conforme Tuma a candidatura consolidou o partido em São Paulo. A afirmação foi feita 1 dia depois do presidente estadual do PFL, Cláudio Lemos, ter admitido que parte da cúpula pefelista não se engajou na campanha de Tuma.

Locutor 1 – Tuma afirmou também que Alckmin e Marta disputam o mesmo eleitorado.

Locutor 2 – Ele fez um rápido passeio pelo centro da capital nessa quarta-feira e utilizou o serviço de um engraxate da região. Durante a caminhada aproveitou para reclamar da falta de segurança na cidade. Mas o candidato PFL cancelou todas as programações que tinha para a noite por causa da preparação para o debate de hoje as 21 hs entre os candidatos.” (**Eldorado – 28/09/00**)

- Avaliativa, quando há uma interpretação do fato ou tema por parte dos profissionais da rádio. Este número é mais alto na Jovem Pan (29%) devido aos já citados comentaristas, mas na Eldorado também aparece bastante (12%):

“Locutor 1 – Maluf tenta polarizar com Marta, se compara com um gatinho bonzinho que se transforma em um bichão se provocado.

Repórter – Sobre o PT, Maluf repete a mesma ladainha e dá o tom do que poderá ser o debate da tv nessa quinta-feira.

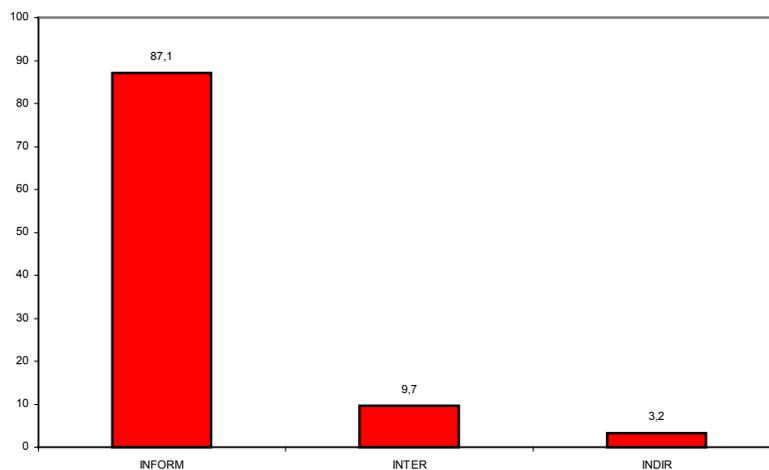
Maluf – Dos candidatos com problema hoje o único que pode provar no debate que tem condição de botar novamente a cidade em ordem sou eu. Eu peguei a cidade depois da gestão do PT e posso dizer a vocês que nunca ninguém pegou a administração tão arrasada, com tantas zoneações como eu peguei, e coloquei a cidade em ordem em 6 meses, e vou provar isto no debate, que eu sou o melhor e acho que o debate vai me dar mais um ou dois pontos.

Repórter – Para demonstrar autoridade Maluf faz uma comparação no mínimo exótica.

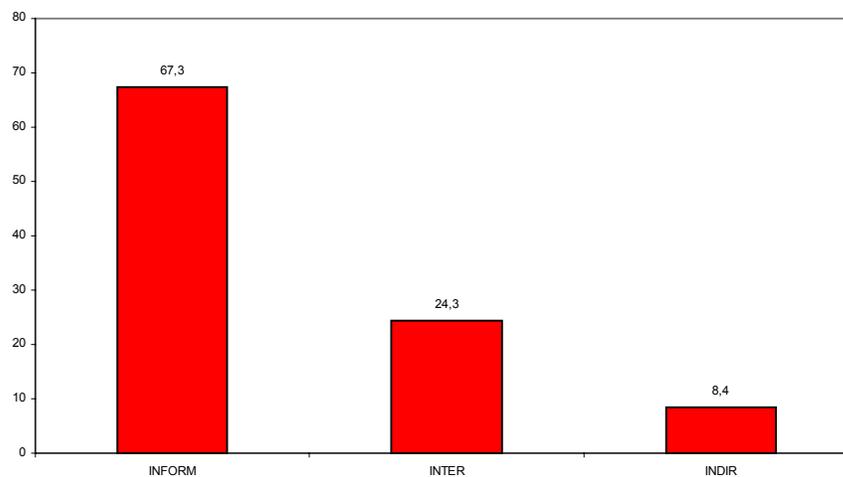
Maluf - Eu sou um gatinho bonzinho, mas quando eu sou encurralado num cantinho eu viro um tigre, daqueles listrados de bengala. E não tenho medo de cara feia e não tenho medo de debate. Eu vou para o debate só com perguntas e propostas administrativas.

Repórter – Em nenhum momento Maluf faz qualquer referência à administração Pitta. Só lembrando, Pitta foi eleito com a responsabilidade de dar continuidade ao governo malufista.” (**Eldorado – 28/09/00**)

Eldorado AM - matérias



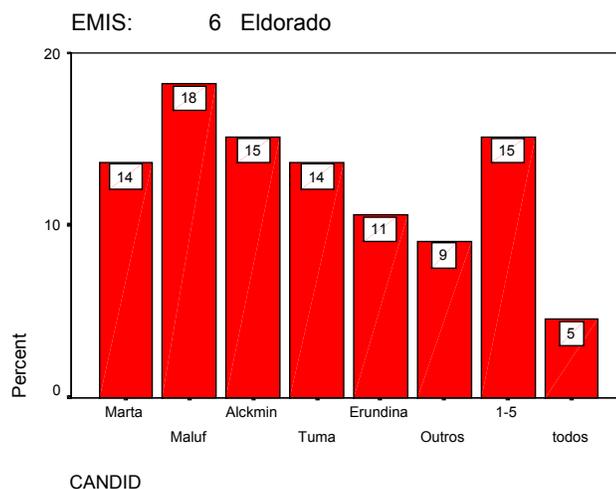
Jovem Pan AM - matéria

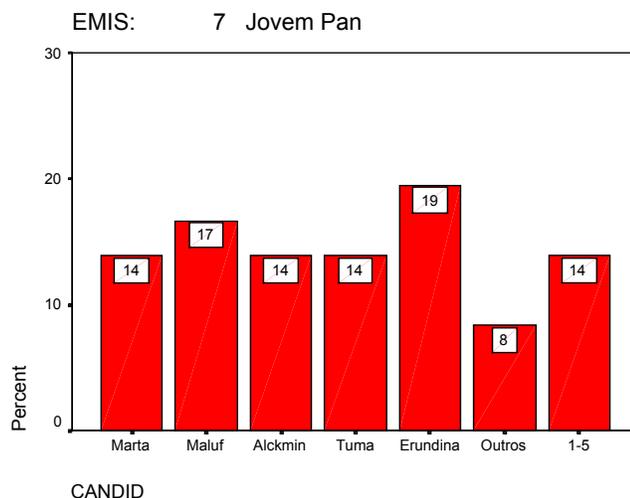


Para analisar os Recursos utilizados pelas rádios, dividimos em seis: Só apresentador, Repórter/comentarista, Sonoras políticos, Entrevista, Vinheta e Sonoras populares/outras. Os recursos sonoros mais utilizados foram: na Eldorado repórter, sonoras de políticos e a vinheta “Eldorado e eleições 2000: hora de você dar o troco!” na Jovem

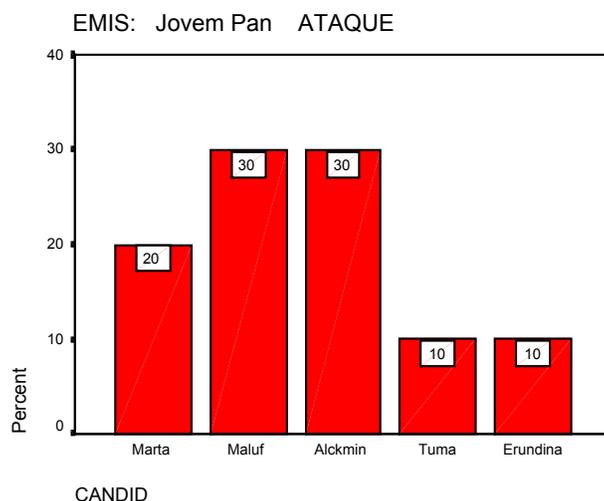
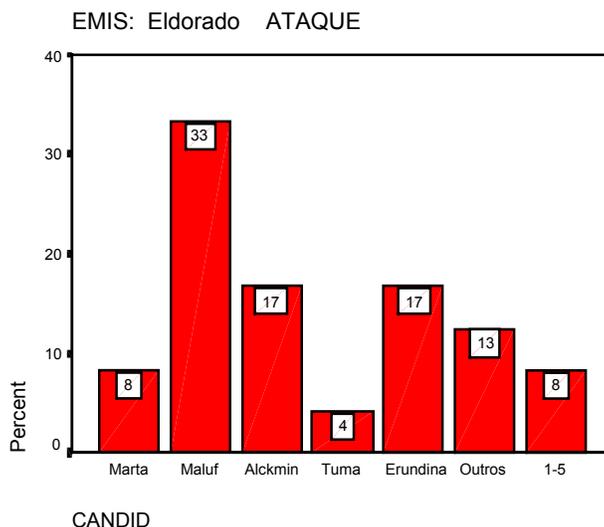
Pan, só apresentador e comentaristas. O número de comentaristas da Jovem Pan (Fernando José, José Neumene Pinto e Carlos Chagas) está relacionado, como dito acima, às matérias avaliativas. A vinheta da Eldorado reflete o caráter engajado da emissora, presente durante toda sua história. Esta vinheta faz uma referência clara à administração Pitta, pela qual Maluf foi responsável. Portanto, podemos considerar que esta intervenção da emissora é um ataque indireto a Paulo Maluf. Em ambas emissoras o número de Sonoras Populares e Entrevistas é baixo, mostrando que não há um espaço para debate nas rádios e que a participação popular não é levada em conta no período eleitoral.

Os candidatos que mais apareceram na Eldorado foram Paulo Maluf e Geraldo Alckmin, seguidos de Marta Suplicy e Romeu Tuma e por último Luiza Erundina (ver gráfico 11). Na Jovem Pan os que mais apareceram foram Erundina e Maluf, seguidos por Marta, Alckmin e Tuma (ver gráfico 12). A categoria Outros designa os candidatos chamados “nanicos”, a categoria de 1-5 demonstra as matérias em que os primeiros cinco candidatos nas pesquisas apareciam e a categoria Todos trata de matérias mais gerais sobre as eleições, que diziam respeito a todos os candidatos.





Os candidatos, descritos anteriormente neste mesmo capítulo, foram enquadrados a partir de cinco categorias em ambos os turnos: Proposta, Ataque, Esclarecimento, Defesa e Declarações. O que mais predominou no primeiro turno, em ambas as emissoras, foi a constante troca de Ataques, seguido de Declarações e Esclarecimentos. Defesa e Proposta tiveram poucas aparições, o que nos surpreende muito, já que o período eleitoral deveria ser marcado por programas de governo e soluções para nossa cidade, e o grande número de ataques deveria implicar em um maior número de defesas, o que mostra que os candidatos optaram por atacar uns aos outros ao invés de se defenderem. O grande número de Ataques também mostra a não distinção entre o público e o privado na política, pois estes eram majoritariamente pessoais, como por exemplo a fala de Maluf sobre Marta: “*A vida dela o que foi? Ela na TV Globo dava aula de educação sexual.*” (**Jovem Pan – 09/09/00**); ou até mesmo a fala do candidato do PPB sobre Lula durante debate na televisão: “*Acho que Lula tem que voltar pra escola para ser candidato à Presidente da República.*” (**Eldorado - 05/09/00**). O candidato que mais apareceu atacando na Eldorado foi Maluf, seguido de Alckmin e Erundina – empatados -, Marta e por último Tuma (ver gráfico). Na Jovem Pan, Maluf e Alckmin aparecem empatados em primeiro lugar, seguidos de Marta e depois Tuma e Erundina também empatados (ver gráfico).



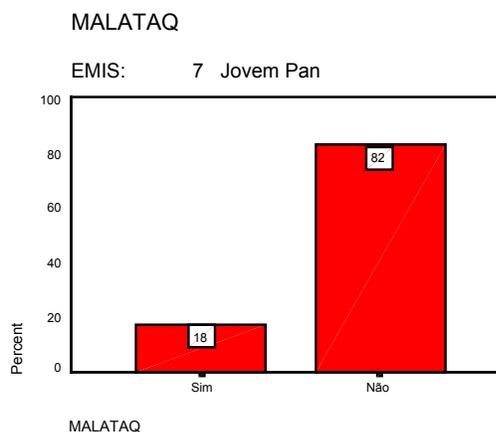
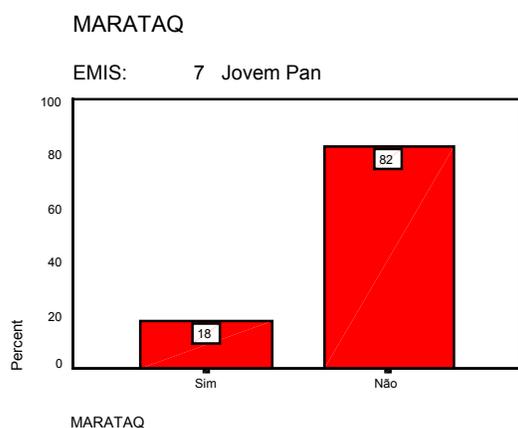
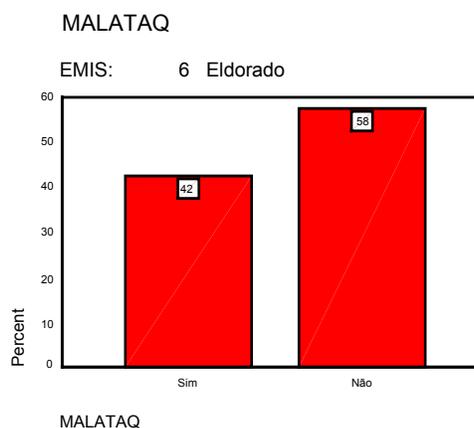
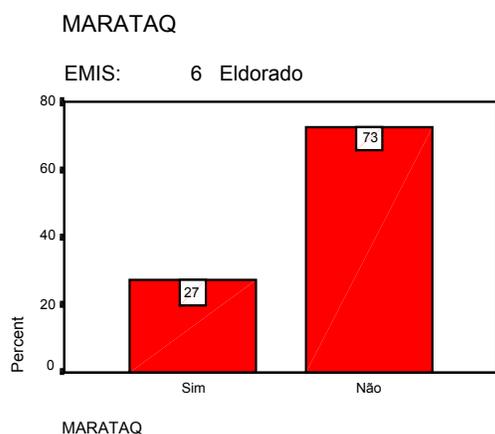
As propostas, apesar de poucas, foram realizadas, na Eldorado, 50% das vezes por Erundina, e os outros 50% ficou dividido entre Alckmin e Tuma, enquanto na Jovem Pan o número ficou igual entre Marta, Tuma e a categoria Outros.

No segundo turno o índice de aparição dos candidatos é mais equilibrado nas duas emissoras, permitindo que Marta e Maluf tivessem o mesmo espaço. Predominou novamente a falta de Propostas, mesmo assim, as poucas que apareceram vieram de Paulo

Maluf. A troca de Ataques continuou, sendo também Maluf o responsável pela maior parte deles na rádio Eldorado (ver gráficos 15 e 16), por exemplo:

Maluf – “Vítimas são exatamente aqueles que perderam o emprego, aqueles que perderam entes queridos, vítimas são aqueles que, através da política de direitos humanos falsa e tortuosa do PT, esta política falsa de direitos humanos que fez com que São Paulo se tornasse, infelizmente, a cidade mais violenta do Brasil. Fazer com que São Paulo não seja vítima do PT. Dona Marta que é uma ovelha com pele de leão, ela pensou que podia passar para todo mundo a imagem de vítima”. (Eldorado – 24/10/00).

Na Jovem Pan, o número de Ataques entre os candidatos foi o mesmo (ver gráficos 17 e 18), por exemplo a fala de Maluf: “O Maluf não é ignorante e o PT de Lula é.” (Jovem Pan – 03/10/00).



As duas rádios analisadas neste trabalho possuem perfis muito distintos. A rádio Eldorado caracterizou-se no período estudado por uma cobertura mais restrita, que ficou claramente evidenciada pelas sutis ironias a respeito do candidato do PPB:

“Repórter – Sobre o antro de corrupção que são as regionais, Maluf prefere deixar a conversa para depois.

Maluf – Venha ao meu escritório que eu te darei uma entrevista maravilhosa, desde que você me garanta também o direito dessa entrevista ir ao ar, porque como nós estamos não é uma televisão, você me pega aqui no Pátio do Colégio junto com os outros jornalistas cercado de gente e eu vou responder perguntas que você não me dá a garantia de que, no meu tempo que eu estou investindo com você que é muito agradável, vá ao ar. Me dê a garantia que o programa vá ao ar, venha ao vivo e eu te dou uma entrevista de 10 horas.

Repórter – Qual é o tempo ideal pro Senhor, 10 horas?

Maluf – Em 10 horas não dá para contar tudo o que eu já fiz.

Repórter – Só para lembrar, nas eleições de 98 derrotado pelo atual governador Mário Covas, Maluf prometeu a mesma entrevista, também exclusiva por seis vezes.” **(Eldorado – 24/08/00)**

Portanto, o fato de Maluf ter aparecido mais vezes na Eldorado não foi necessariamente positivo para o candidato, muito pelo contrário, já que a emissora priorizava suas aparições com o intuito de desmoralizá-lo. Além disso, a emissora constantemente relembrava o passado de Maluf através da associação com a péssima administração Pitta: “*Vamos por partes: quando Maluf fala das pessoas que ele leva com ele pro governo, vamos lembrar que ele levou o Pitta para a secretaria de finanças, depois levou Pitta para a prefeitura. Segundo, quando Maluf diz que não quer alianças, deve-se entender o seguinte: ele terá muitas dificuldades de conseguir qualquer apoio.*” (Eldorado – 03/10/00); e “*Em nenhum momento Maluf faz qualquer referencia à administração Pitta. Só lembrando, Pitta foi eleito com a responsabilidade de dar continuidade ao governo malufista*” (Eldorado – 28/09/00). A vinheta “Eldorado e eleições 2000, hora de você dar o troco!” - comentada anteriormente – também fazia parte desta propaganda anti-malufista.

A Jovem Pan se destacou por seu caráter opinativo e crítico, enfatizando por vezes o descrédito na política – o que pode influenciar a população a fazer o mesmo. Um exemplo são algumas falas do comentarista José Neumane Pinto:

“A verdade é que chegou, e chegou a um ponto muito mais exacerbado do que em campanhas anteriores. Fazia tempo que mesmo sendo uma política de baixo calão como é a política brasileira, eu não via uma campanha de tão baixo nível. E com a utilização tão asquerosa desses partidos nanicos, dessas legendas de aluguel. (...) A utilização desses partidos nanicos pelos grandes desta forma baixa, asquerosa e violenta, é uma prova que o sistema partidário e o sistema eleitoral no Brasil não estão à altura da democracia que se quer construir. A nossa democracia é falha, e começa a falhar no processo eleitoral que está abaixo da crítica. É nojento nosso processo eleitoral!”. **(Jovem Pan – 21/09/00)**

E ao falar sobre o HGPE:

“Durante uma hora os políticos resolveram roubar das emissoras de rádio e de televisão o lazer, a informação, ao qual o público, ouvinte, você tem todo direito. E no lugar colocam mensagens de marketing político mentiroso, falsificado, pausterizado que informa inclusive que todos os políticos são farinha do mesmo saco, que são iguais e desinformam, fazem o eleitor praticamente votar às cegas”. **(Jovem Pan – 15/08/00)**

Como estas, existem muitas outras, vindas de outros comentaristas:

Fernando José: “Agora vai, o programa político que começa no rádio e na televisão, a campanha vai, ou pode ir para o processo de definição, porque agora não tem mais desculpas, todos os candidatos serão conhecidos e o eleitor poderá fazer então sua opção. O programa no rádio e na televisão é feito justamente para isso, tentar construir uma realidade que facilite a vida de determinado candidato, e dessa forma ele não se diferencia muito da programação normal da televisão, onde a realidade é na maioria das vezes manipulada, e às vezes também sem nenhum toque de sutileza. Os primeiros programas não vão dar a idéia do que será de verdade as atrações escolhidas para esse ano. Nesses primeiros dias os candidatos só entrarão em cena para se apresentar, dizer que são os homens talhados para ocupar o lugar de prefeito, para dizer alô mamãe, eu também estou na televisão. Depois é que as coisas vão começar a se direcionar melhor. E dessa vez os candidatos não terão muito tempo, porque a campanha é mais curta e por isso não dá pra errar. De qualquer forma, já se pode ter uma certeza, essa campanha, como as outras, será de uma pobreza da inteligência a toda prova. Será uma tristeza, mas o telespectador já está acostumado, afinal, ele dá audiência ao Ratinho, ao Gugu, ao Faustão, e a esse programa novo chamado No Limite. Ninguém vai sofrer tanto, porque já está acostumado.” (Jovem Pan – 15/08/00). Os ataques à esquerda são outra característica marcante desta emissora: “Eu falo isso, porque uma coisa é o que o PT promete aqui em São Paulo e outra coisa é o que sua bancada faz na Câmara. Na Câmara dos deputados, a bancada do PT é intransigente defensora dos privilégios dos funcionários públicos e isso acontece por causa da CUT, que deixou a muito tempo de ser uma Central Única de Trabalho e passou a ser uma espécie de CUSP, Central Única de Servidores Públicos, como alguém já disse(...)Se o PT quer ganhar as eleições estaduais e federal, ele vai ter que ser o partido da responsabilidade fiscal e não o partido da irresponsabilidade fiscal, porque seria incoerência demais”.(Jovem Pan – 10/10/00); e “(Cristóvão) Buarque criou muito juízo para um petista”. **(Jovem Pan – 02/11/00)**.

Na nossa opinião, os sistemas partidário, eleitoral e político brasileiros possuem várias falhas e devem ser criticados, porém estas criticas poderiam ser mais construtivas ou

vir acompanhadas de incentivos para que a população questionasse e se manifestasse a este respeito. A forma como essas críticas aparecem, principalmente na Jovem Pan, contribuem para a desmoralização do processo político democrático brasileiro e também para a apatia dos cidadãos. Mesmo levando-se em conta que a mídia ainda está aprendendo a cobrir períodos eleitorais devido a recente redemocratização do país, a depreciação da política não é justificada e deve ser combatida. Alguns exemplos de conscientização por parte do rádio, são programas e entrevistas com especialistas da área, que podem informar melhor a população sobre seu papel nas eleições. Houve poucos programas deste tipo sobre a eleição para prefeito no período estudado, mas tivemos um exemplo da rádio Eldorado sobre a concessão dos meios de comunicação à políticos no qual o professor de Ética Jornalística Bernardo Kusinski diz:

”Temos um problema na lei que é o problema da propriedade dos meios de comunicação. Temos situações, por exemplo, que no Norte, no Nordeste, mesmo em São Paulo, e cidades grandes em que todos os meios de comunicação pertencem à uma pessoa, e esta pessoa é um deputado federal. Por exemplo o senador José Sarney, nosso ex-presidente, ele sozinho tem lá umas quinze emissoras de rádio e TV. É o caso do ACM. É aí que deveria ter uma restrição, com base na lei contra a concentração do poder econômico” **(Eldorado – 12/09/00)**.

Outro exemplo foi sobre a eleição para vereador, na qual o cientista político Fernando Abrucio alerta os ouvintes para a importância do voto:

“Acho interessante que o eleitor preste atenção no HGPE na campanha para vereador, porque provavelmente haverá uma grande renovação de nomes na Câmara Municipal. Outra coisa interessante, renovação de nomes não significa renovação de prática, então acredito que o eleitor tem um papel fundamental aí de pesar muito bem seu voto a vereador. É bom lembrar que o vereador tem o papel de fazer as leis da cidade, o vereador tem o papel de fiscalizar o executivo. Os vereadores, ou parte dos vereadores, nas duas últimas legislaturas, parte deles se eximiu de controlar o prefeito e nós tivemos um crescimento enorme da dívida pública em São Paulo e isso vai ser um grande obstáculo para quem quer que seja o governante eleito no final deste ano. Então, é importante que o eleitor preste atenção no candidato a vereador.” **(Eldorado – 15/08/00)**

No geral, as eleições municipais de 2000 em São Paulo foram marcadas, nas rádios Jovem Pan AM e Eldorado AM pelo descaso com a cidade e, conseqüentemente com a

população. Levando-se em conta a história da política e suas instituições no Brasil, podemos perceber que é a fragilidade partidária que leva a uma centralização das campanhas nos candidatos ao invés de nos partidos e suas ideologias. Isto resulta em abordagens mais pessoais e menos públicas, refletindo na falta de propostas. Essa personalização da política prejudica a identificação partidária dos cidadãos, tornando o período eleitoral cada vez mais superficial.

Os ataques também são consequência dessa “individualização” da política, uma vez que eles substituem o espaço das propostas. Sendo o número de propostas muito baixo os ataques são, obviamente, pessoais, trazendo questões irrelevantes para o debate, que perde seu caráter democrático e passa a ser uma “lavação de roupa suja”. Assim, questões privadas ganham uma visibilidade enorme perante a população, que passa a julgar os candidatos pelo seu comportamento e não pelo seu programa de governo. Nas eleições de 2000 esta característica ficou evidente quando Paulo Maluf passou a atacar Marta Suplicy por ela ter admitido usar maconha no passado e por ser sexóloga, chegando a dizer: “*De sexo Marta Suplicy entende, mas de administração municipal não.*” (Eldorado AM – 29/08/00). Quando essas questões pessoais vêm à tona os políticos se transformam em “personagens” e o discurso político em uma dramatização, atraindo os eleitores para este “espetáculo”. “O discurso político se transforma em mais uma mercadoria oferecida na grande sociedade de consumo globalizada em que se está tornando o planeta e, como ‘produto’ a ser vendido, necessita aderir à lógica da publicidade que é a da dramatização, para se tornar ‘visível’ aos eventuais consumidores.”<sup>46</sup>

Essa espetacularização da política é legitimada pelos meios de comunicação de massa e, portanto, pelo rádio. Sendo a mídia radiofônica um veículo popular e de amplo alcance e sendo que as emissoras *all-news* se propõem a ser fonte de informação, o rádio poderia, então, exercer um papel mais enfático e cidadão. Ao focar os ataques, as emissoras se preocupam apenas com sua audiência e não com a conscientização da população, perdendo o caráter educativo inicial do rádio. Assim, as emissoras poderiam cobrar mais propostas dos políticos, abrir mais espaço para debates e apresentar uma postura mais séria, influenciando os candidatos a fazerem o mesmo.

---

<sup>46</sup> NUNES, M. , “*Rádio e Política: do microfone ao palanque – os radialistas políticos em Fortaleza*” p.03.

## **D – Eleições Estaduais em 2002**

### **1) Conjuntura Política De São Paulo: Eleição Para O Governo Do Estado (2002)**

Como tem sido normal desde 1994, a eleição para os governos estaduais subsume diante da eleição para a presidência da República. Uma vez que os principais órgãos de comunicação atuam em rede nacional, a disputa federal toma conta das atenções da mídia e as questões estaduais ficam perdidas nos curtos noticiários locais. Mesmo o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) sofre com a dinâmica nacional. Na maioria das vezes, os próprios candidatos aos governos estaduais se relacionam à imagem dos candidatos à presidência apoiados por seus partidos. Até mesmo a adoção de grande parte da temática nacional é algo incomum. A exceção, quando acontece, se dá ao longo da campanha, quando o candidato nacional se configura mais como um ônus político do que um bônus eleitoral. Dessa forma, a própria população só se dá conta dessa disputa já bastante próximo do pleito do primeiro turno. As eleições para o Senado, a Câmara Federal e para a Assembléia Legislativa são praticamente esquecidas. Não só o eleitor deixa a decisão do seu voto para a última hora, como também para a última hora fica própria consciência daquelas eleições. A eleição para o governo do estado só ganha maior destaque no segundo turno.

A eleição para o governo de São Paulo, em 2002, não foi muito diferente disso. Num primeiro momento, ficou subordinada à lógica nacional. Com o desenvolvimento do processo eleitoral, os principais candidatos definiram aproximações ou distanciamento de seus candidatos federais. Como a eleição presidencial ficou polarizada entre os candidatos do Partido dos Trabalhadores (PT), Luiz Inácio Lula da Silva, e do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), José Serra, seus candidatos no Estado, José Genoíno e Geraldo Alckmin, respectivamente, foram fortemente influenciados pelo debate que se travou entre os dois “presidenciáveis”.

Um dos favoritos para aquele pleito, o ex-governador Paulo Maluf, do Partido Progressista Brasileiro (PPB), um tradicional campeão de votos no estado, não tinha candidato à eleição nacional e, pela primeira vez, ficou fora do segundo turno. Mas, também aí, trata-se de coincidência. Maluf, na verdade tentou se vincular à candidatura de Lula, o que foi visto com estranheza, diante da trajetória política dos dois personagens. Além do mais, a imagem de Lula é indissociável a de seu partido e, nesse sentido, foi José Genoíno, mesmo, o beneficiário daquela candidatura federal. A exclusão de Maluf se deu principalmente por outros motivos, mas não deixa de chamar a atenção a força relativa que as candidaturas federais tiveram sobre a disputa estadual.

Pela primeira vez o PT chegou ao segundo turno em São Paulo. O partido, tradicionalmente forte nos grandes centros urbanos, sempre apresentou uma fraca votação na eleição estadual. Nesta oportunidade, no entanto, o “efeito Lula” colocou o candidato do PT no segundo turno.

Mas, isto não quer dizer, evidentemente, que eleição federal tenha a força de definir a disputa nos estados. No caso de São Paulo, só coincidentemente, houve correlação entre os candidatos que foram ao segundo turno no estado com os nomes nacionais. Outros fatores influíram no resultado. O processo político foi mais amplo e rico que isto.

Ao contrário da eleição nacional, onde apenas quatro candidatos reuniram forças para disputar a eleição, em São Paulo, quinze candidatos disputaram o governo do estado.

<b>Candidato</b>	<b>Partido</b>
Anaí Caproni	PCO
Antonio Cabrera Filho	PTB
Antônio Pinheiro Pedro	PV
Carlos Apolinário	PGT
Carlos Roberto Pittoli	PSB

Ciro Moura	PTC
Dirceu Travesso	PSTU
Geraldo Alckmin Filho	PSDB
José Genoíno Neto	PT
Levy Fidelix	PRTB
Lamartine Posella	PMDB
Osmar Oliveira Lins	PAN
Paulo Salim Maluf	PPB
Roberto Siqueira	PSL
Robson Malek	PRONA

A maioria das candidaturas não era competitiva. Concorriam para marcar posição, colaborar na construção de seus partidos ou como “laranjas”, com o objetivo de hostilizar os candidatos grandes, principalmente o governador Alckmin, mas também, em certa medida, o deputado José Genoíno. Esse parecia ser o papel de candidatos como Ciro Moura e Levy Fidélis. Desse conjunto de candidatos, apenas quatro disputavam a eleição com alguma chance (ou esperança) de vitória:

- Antônio Cabrera – Pertencia a um partido plenamente organizado no estado, o PTB. Além disso, o candidato apostava na viabilidade de seu candidato à presidência da República, o ex-governador do Ceará, Ciro Gomes, como um elemento propulsor de sua candidatura. Tratava-se do azarão dentre os grandes, mas a esperança em Ciro, o desgaste do PSDB e do Malufismo e a pretensa desconfiância do eleitorado em relação ao PT poderiam fazer com que a dinâmica eleitoral o levasse em frente. O principal objetivo parecia se tornar, pelo menos, um eleitor de peso no segundo turno, assumindo um importante papel no sistema de apoios que se faz necessário no segundo turno;

- Geraldo Alckmin – Com a morte de Mário Covas, Alckmin era o governador em exercício e de direito. Houve, inclusive, certa polêmica quanto à legalidade de sua candidatura, posto ter feito parte da chapa de Mário Covas nas duas eleições anteriores, quando foi eleito vice-governador. O que, paradoxalmente, o tirou da linha de tiro enquanto sua situação não era definida pela justiça eleitoral. Pensava contra si o desgaste do governo do estado, a crise da segurança pública, e a notória falta de carisma pessoal. Por outro lado, o comando da máquina do Estado, a penetração do PSDB no interior do estado, e a postura pessoal que expressava a figura de um “médico sensato” (de fato a sua profissão), contribuíram para a capilaridade de apoios que recebeu de diversos municípios do estado e para a construção de uma imagem de “executivo ponderado” o ajudaria a enfrentar o pretensão radicalismo do PT e a notória truculência atribuída ao malufismo;
- José Genoíno – Era uma das figuras mais carismáticas do PT. Na eleição anterior, em 1998, fora o deputado federal mais votado do país, com 310 mil votos. Sua forte presença nos meios de comunicação, a estrutura de seu partido, o forte peso da candidatura de Lula e a grande penetração de seu partido nos grandes centros urbanos indicavam que Genoíno seria um candidato competitivo, em que pesasse o ineditismo de uma candidatura do PT no segundo turno da eleição paulista. Polemista dentro e fora de seu próprio partido imaginava-se que fizesse uma excelente figura durante os debates na televisão. A inexperiência administrativa, no entanto, era um fator negativo que poderia desgastá-lo, posto que estaria disputando a eleição tendo dois ex-governadores como concorrentes mais diretos;
- Paulo Salim Maluf – Tradicionalmente, contava com um eleitorado cativo em torno dos 25% dos eleitores. A experiência administrativa, a habilidade diante das câmeras de televisão e a tradição de sempre disputar com elevado grau de competitividade faziam crer na sua provável ida de Maluf ao segundo turno. Por outro lado, sua alta rejeição, a enorme lista de denúncias a respeito de sua vida administrativa e pessoal, além do desgaste da

administração de seu afilhado político na prefeitura da Capital, Celso Pitta (1996-2000), deixavam Maluf vulnerável. Além disso, fora do poder no estado e na prefeitura, e afastado do centro de decisão nacional de seu partido (embora formalmente fosse o presidente do PPB), Maluf teria dificuldades na arrecadação de recursos financeiros para a campanha, algo pouco comum em sua história política.

Um ano antes da eleição, a cena política no estado era certa tranquilidade. Politicamente, a questão mais explorada era o problema da segurança pública. O início do ano, porém, a situação política se complicou: prefeito do Município de Santo André, no ABC paulista, Celso Daniel, coordenador do programa de governo do PT, foi seqüestrado e executado no dia seguinte. Anteriormente, já havia sido assassinado o Prefeito de Campinas, o Toninho do PT. A morte de Daniel, até hoje investigada, no entanto, causou enorme comoção nacional e realçou ainda mais a questão da segurança pública em São Paulo. Havia vários casos de seqüestros no estado e a impressão transmitida pela mídia era a de que o estado perdera o controle do aparato policial. O secretário de Segurança Pública de então, Marco Vinício Petrelluzzi, era hostilizado nos meios de comunicação e no próprio governo. De um modo geral, todos os potenciais candidatos da oposição criticavam a falta de pulso e autoridade do secretário e do governador. Até mesmo o deputado José Genoíno, cujo partido, PT, é historicamente vinculada a causa da defesa dos direitos humanos, pedia um endurecimento por parte da polícia. Genoíno teria dado uma entrevista ao jornal *Folha de S. Paulo* em que uma de suas declarações fora interpretada pelo jornal como a disposição de “colocar a rota na rua”, frase comum nas hostes do malufismo, mas que provocava divergências e críticas na base social do PT. O deputado nega a intenção da frase, mas o fato é que a frase atribuída a Genoíno virou título da matéria.

Todos procuravam desgastar o governador, que parecia fragilizado. No entanto, quando começou o horário eleitoral, o que se viu no programa do PSDB foi uma candidatura bem estruturada, um candidato seguro e disposto a revidar os eventuais ataques que sofresse.

Embora começasse a disputa estando atrás de Maluf nas pesquisas de intenção de voto dos institutos de opinião, Geraldo Alckmin sempre se manteve num patamar elevado

de intenção de votos: sua menor marca foi 22%, no início daquele ano, chegando à boca de urna com seu melhor resultado, 39%. Maluf manteve-se a maior parte do tempo dentro do seu patamar histórico em São Paulo, algo em torno dos 30%. Seu melhor momento foi em julho de 2003, quando atingiu a marca dos 43% das intenções de voto. Foi seu ápice e o início de sua decadência, seu resultado final foi 21,37%, o que o deixou fora do segundo turno. A rigor, o grande fato político daquela eleição.

Apesar da popularidade enquanto deputado federal, José Genoíno começou a disputa eleitoral na casa dos 5% de intenção eleitoral. Patamar muito abaixo dos índices de seu partido para a eleição presidencial (31%). Ficava claro que o potencial do candidato vinculava-se ao maior conhecimento de seu nome e de sua candidatura e à performance de Luiz Inácio Lula da Silva. Foi o que aconteceu. Genoíno passou a crescer de forma consistente a partir de setembro, chegando ao segundo turno com 32,45% dos votos válidos. Aliás, muito próximo do patamar inicial de Lula.

#### **Primeiro turno - Intenção de Voto e Resultado Final**

<b>Data</b> \ <b>Cand.</b>	<b>Maluf (PPB)</b>	<b>Alckmin (PSDB)</b>	<b>Genoíno (PT)</b>
<b>22/12/01</b>	28	25	5
<b>22/02/02</b>	31	22	6
<b>15/05/02</b>	33	29	7
<b>05/07/02</b>	43	25	9
<b>16/08/02</b>	40	24	10
<b>09/09/02</b>	35	25	17
<b>20/09/02</b>	29	31	22
<b>27/09/02</b>	30	34	28
<b>02/10/02</b>	29	38	23
<b>05/10/02</b>	27	39	24
<b>Resultado Final</b>	21,37	38,28	32,45

Fonte: Datafolha e T.S.E

O PT comemorou a passagem de Genoíno para o segundo turno. De fato, foi um acontecimento inédito na história do partido. Mas, independente das qualidades do candidato, parece ser mais útil procurar nas circunstâncias daquela eleição as causas da boa performance eleitoral da legenda. Como já se disse, Genoíno colou na candidatura Lula e foi beneficiado por isso. A prova disso reside no fato de que pela primeira vez em sua

história, o PT chegou ao segundo turno em oito estados (AC, AP, CE, SE, DF, MS, PA, RS), além de São Paulo. Alguns de modo surpreendente (AP, CE, SE e PA).

Paralelamente, o ocaso do malufismo abriu um amplo espaço de crescimento. Pode-se observar que, a partir do levantamento de setembro, a queda de Maluf é acompanhada pelo aumento dos índices do candidato petista. Ainda assim, às vésperas da eleição (02/10) a pesquisa Datafolha mostra que o petista perdeu pontos (caiu de 28% para 23%) que supostamente foram transferidos para Geraldo Alckmin, que pulou de 34% para 38%.

A propósito, se o desempenho eleitoral de José Genoíno foi extraordinário, sua performance nos debates televisivos foi frustrante diante da expectativa que se tinha, dado seu perfil de polemista e sua tradicional e forte presença nos meios de comunicação.

Nos debates do primeiro e segundo turno, Geraldo Alckmin. O fato de ser o governador em exercício lhe propiciava conhecimento de causa e segurança. Em várias ocasiões, desqualificou as respostas e observações de Genoíno. Em momento algum, se deixou envolver pela estratégia petista que tentava “nacionalizar” a disputa.

Enquanto seu correligionário, José Serra, se esforçava primeiro para que houvesse segundo turno e depois para não ter uma derrota tão acachapante no segundo turno (terminou a eleição, no estado, com 44,61% das intenções de voto), Alckmin caminhava para uma vitória tranqüila. O quadro abaixo demonstra que no segundo turno o tucano disparou nas pesquisas de opinião – terminou o primeiro turno com 38,28% dos votos e iniciou o segundo com 50% das intenções. Em nenhum momento o candidato do PT se apresentou como um perigo à sua previsível vitória. Genoíno manteve-se estável, em torno dos 41%, enquanto Lula recebeu, em São Paulo, 55,39% dos votos.

**Segundo turno - Intenção de Voto e Resultado Final**

<b>Data</b> <b>Cand.</b>	<b>11/10/02</b>	<b>18/10/02</b>	<b>23/10/02</b>	<b>26/10/02</b>	<b>Final</b>
<b>Alckmin</b>	50	52	58	59	58,65
<b>Genoíno</b>	42	40	42	41	41.36

Fonte: Datafolha e T.S.E

Em resumo, esta eleição pode ser marcada pela forte influência da disputa nacional, que permitiu que José Genoíno progredisse nos índices de intenção de voto, atrelando sua

campanha à imagem de Luiz Inácio Lula da Silva, que por fim foi eleito presidente da República. Favoreceu-se também da derrocada do malufismo, que pela primeira vez não demonstrou forças sequer para levar o seu líder, Paulo Maluf ao segundo turno da eleição. No entanto, a força eleitoral de Lula não surtiu o mesmo efeito no segundo turno: Genoíno não conseguiu acompanhar a performance de seu companheiro de partido. Além disso, é possível que ao votar no PT para a presidência da República, o eleitor tenha preferido balancear o poder que outorgava ao PT, votando, no estado no candidato tucano. Uma forma de compensação.

No mais, pode-se arriscar a afirmação de que Alckmin ganhou a eleição em São Paulo a partir de seu próprio esforço, tendo um desempenho eleitoral superior, inclusive, ao de Mário Covas nas eleições anteriores. Como se sabe, em 1994, Covas precisou reunir muitos apoios para derrotar Francisco Rossi (PDT), no segundo turno; em 1998, Covas chegou ao segundo turno em virtude de uma diferença de 0,44% dos votos em relação à Marta Suplicy (PT), a terceira colocada.

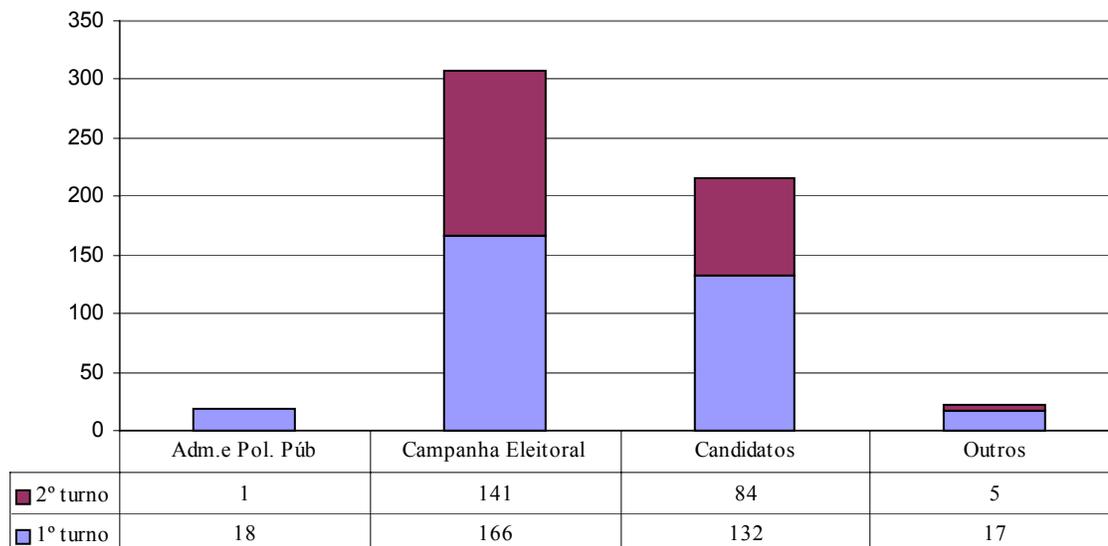
Em 2002, sem se escorar no desempenho de seu candidato nacional e carregando o estereótipo de um candidato fraco e sem carisma, Geraldo Alckmin se elegeu governador do Estado de São Paulo, pode-se afirmar, com notável tranqüilidade.

## 2) **Telejornalismo: temas e sub-temas**

Os temas da **Campanha Eleitoral** e **Candidatos** predominaram em todas as emissoras, o primeiro em 307 matérias (54,4%) e o segundo em 216 (38,3%). O tema **Outros**, que inclui os subtemas referentes ao TRE e críticas ao governo Covas e Alckmin, aparece com 22 matérias (3,9%), e é o terceiro tema que mais se destaca, seguido por **Violência e Segurança** com 16 matérias (2,8%), **Economia** com 02 (0,3%) e **Social** com 01 (0,2%).

Os demais temas, **Infraestrutura** e **Ciência e Cultura** não chegaram a ser mensurados, porém os subtemas foram mencionados, principalmente durante as entrevistas com os candidatos, matérias estas computadas sob o tema **Campanha Eleitoral**.

### Frequência dos Temas por períodos



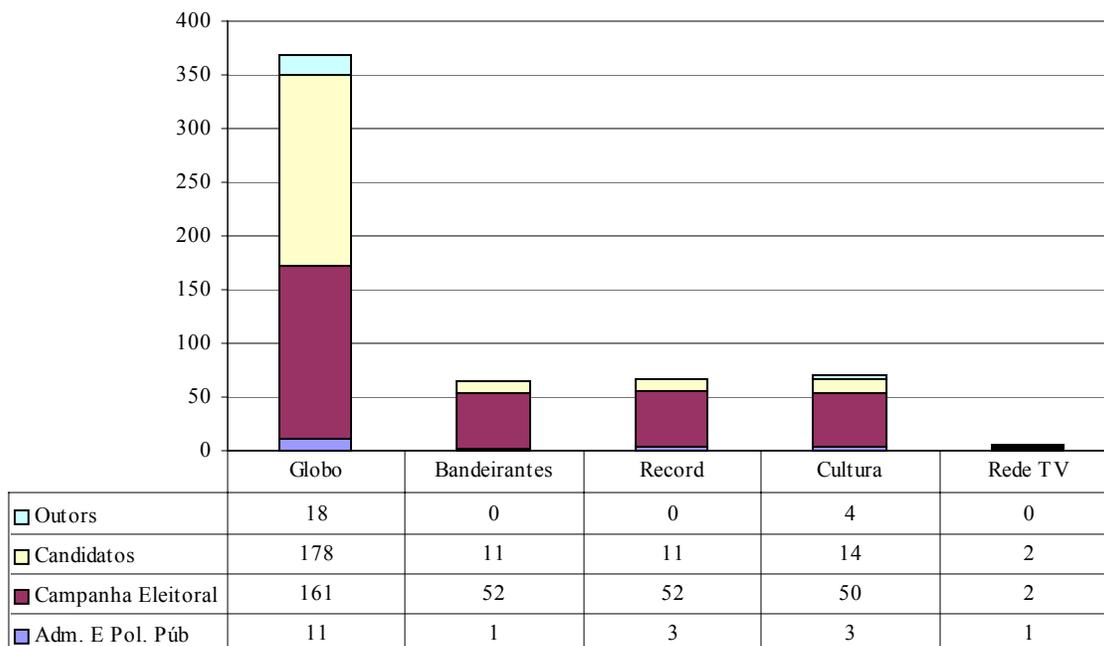
(total de matérias: 564)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

Para aprimorar a análise, juntamos alguns dos temas da pesquisa: **Economia, Infraestrutura, Social, Violência e Segurança e Ciência e Cultura** foram agrupados sob o tema **Administração e Políticas Públicas**.

A Globo é novamente a emissora que mais cobriu as eleições, perfazendo um total de 368 matérias, representando 65,2% do total das matérias contabilizadas. A Cultura, diferentemente das eleições de 2000, ampliou o seu espaço para os telejornais e representou cerca de 12,6%, seguida da Record, com 11,7%, e pela Bandeirantes com 9,6%. A Rede TV, emissora recém instalada, representou somente 0,9% do total.

### Frequência dos Temas por Emissoras



Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

Esta tabela nos mostra que não houve uma preocupação por parte da maioria das emissoras em divulgar matérias que tratassem do tema **Administração e Políticas Públicas**. Somente a Rede Globo e a TV Cultura e a TV Record possuem algumas matérias deste tipo, que se preocupam em apresentar os problemas das cidades e do estado de São Paulo. O tema **Outros** também não teve muito destaque; mais uma vez, somente a Rede Globo e a TV Cultura possuem matérias sobre o assunto. Portanto, podemos perceber que a maioria das emissoras não transmite a cobertura das eleições de forma diversificada, levantando questões e apontando problemas que devem ser solucionados pela administração pública. A grande parte das matérias ficou centralizada em **Campanha Eleitoral** e **Candidatos**, temas ligados diretamente às eleições e que tratavam de assuntos como pesquisas eleitorais e agenda dos candidatos. Isso fica ainda mais claro quando analisamos os subtemas que mais apareceram em cada emissora:

### Frequência dos subtemas por emissoras

Subtema	Globo	Band	Record	Cultura	Rede TV
Desemprego e Salário	24	01	01	03	00
Finanças	19	00	03	01	00
Saúde	14	01	01	05	00
Educação	29	00	04	07	00
Políticas de Segurança	51	05	09	07	01
Pesquisa Eleitoral	80	18	33	27	01
Debate Eleitoral	14	24	16	09	00
Entrevista com os candidatos	33	01	01	09	00
Resultados Eleitorais	38	02	05	10	00
Perspectivas Eleitorais	29	04	04	15	01
Alianças	07	04	02	02	00
Apoios	21	14	04	09	00
Programa de governo	27	00	00	05	00
Declarações	14	03	00	06	00
Agenda do Candidato	142	17	04	09	01
Governo Covas e Alckmin	24	02	01	03	00

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

Os subtemas de **Administração e Políticas Públicas** não possuem destaque, o que demonstra que a cobertura da mídia foca sua atenção sobre o processo eleitoral em si, priorizando subtemas próprios da política no sentido estrito, o da disputa eleitoral, dirigindo a sua cobertura para temas relacionados à campanha e aos candidatos. Dentre os subtemas, o que mais aparece em todas as emissoras é o da Política de Segurança, já que havia uma demanda por parte da população por esse tipo de discussão, e a questão já estava presente na agenda, mesmo antes do começo do processo eleitoral. Além disso, a mídia deu grande destaque à desativação do complexo penitenciário do Carandiru, ocorrida naquele período, o que também explica o grande número de matérias deste tipo.

O subtema Educação vem logo em seguida e aparece com um pouco mais de destaque devido às discussões sobre a progressão continuada, somente a Bandeirantes não tem matérias sobre o assunto. Os subtemas Desemprego e Salário e Saúde têm números significativos apenas na Rede Globo e na TV Cultura. As emissoras Bandeirantes e Record possuem apenas uma matéria sobre o assunto, e a Rede TV, nenhuma.

Já os subtemas de **Campanha Eleitoral** são bastante recorrentes. O que mais se destaca é o subtema Pesquisa Eleitoral e reflete um tipo de cobertura adotado por todas as emissoras, no qual as eleições são tratadas como uma “corrida de cavalos” onde o candidato que estiver mais à frente ganha maior destaque. A divulgação destas pesquisas é fundamental para o desenrolar da campanha e para a propaganda eleitoral dos candidatos, na medida em que é a partir de sua posição nas pesquisas, que medem a preferência do eleitorado, é que uma candidatura recebe, ou não, recursos financeiros para incrementar a campanha eleitoral. Apenas na Bandeirantes este subtema não é o de maior destaque, perdendo para Debate Eleitoral.

O subtema Debate Eleitoral foi amplamente veiculado, sempre em matérias que destacavam a importância do debate para a democracia e para que os eleitores conhecessem as propostas de seus candidatos. A Rede Globo possui uma baixa incidência deste subtema em suas matérias, pois a Globo não menciona em seus telejornais os debates promovidos pelas outras emissoras, e somente cobre os eventos políticos em torno do debate ocorrido na própria emissora, o que nos leva a questionar se este assunto não poderia ser ainda mais discutido, rompendo com a autopromoção, tão comum aos meios de comunicação.

Outro subtema de destaque foi o das Perspectivas Eleitorais. É o segundo subtema que mais aparece na TV Cultura e possui um número significativo na Rede Globo e algumas matérias na Bandeirantes e na Record. As matérias que tratavam deste assunto por vezes contavam com a presença de algum especialista no estúdio, que discutia e apontava os rumos da eleição. Na Record, a maioria das perspectivas foi traçada durante o Jornal da Record, pelo próprio apresentador, o jornalista Boris Casoy.

No tema **Candidatos**, o subtema de maior destaque foi o da Agenda do Candidato, cujas matérias se caracterizavam pela divulgação dos compromissos e do cotidiano da campanha de cada um dos concorrentes àquele pleito eleitoral. Os telejornais matutinos

relatavam o que cada candidato iria fazer naquele dia, enquanto os noturnos mostravam imagens dos eventos – comícios, entrevistas, passeatas, etc – ocorridos no decorrer do dia.

O segundo subtema mais tratado foi Apoios, assunto muito discutido no começo do segundo turno, momento em que os candidatos derrotados declaram seu apoio aos que continuam na disputa.

O subtema Programa de Governo, apesar de sua importância - pois é através dele que os candidatos expõem à população seus projetos e planos - só recebeu atenção da Rede Globo e da TV Cultura. Em nenhuma das demais emissoras o tema foi discutido. Porém, devemos lembrar que os candidatos foram entrevistados em vários momentos da campanha eleitoral e este subtema aparece como um dos aspectos discutidos durante estas conversas com os apresentadores.

O subtema Governo Covas e Alckmin, presente no tema **Outros**, foi pouco tratado, e quando citado, foi abordado criticamente, principalmente pela Rede Globo.

#### **a) A Festa Da Democracia: As Convenções Partidárias.**

As convenções partidárias marcam o início oficial da campanha eleitoral para a maior parte dos cidadãos que passam a acompanhar as notícias sobre a disputa eleitoral pelos telejornais. Antes da realização das convenções existem apenas especulações, oficialmente não se pode dizer que determinada pessoa pública é o candidato do partido, o que torna o cenário político e eleitoral incerto.

O período para a realização desses eventos é definido pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e, para a disputa eleitoral de 2002 as convenções foram realizadas durante os dias 10 e 30 de junho.

Sabendo que a convenção partidária representa um ritual de iniciação para o período eleitoral, os partidos preparam uma grande festa para seus filiados e para chamar a atenção dos meios de comunicação para, dessa maneira, apresentar oficialmente seus candidatos para os cargos políticos. Todo o evento é montado pensando-se em cada detalhe, como, por exemplo, qual o melhor local, a que horas deve começar, que tipo de decoração deve ter, entre outros elementos, para conseguir seu principal objetivo, o de fazer parte da pauta dos telejornais do dia. Contudo não são todos os partidos que conseguem transformar suas convenções em notícias.

Esse período da disputa eleitoral é fundamental, pois são realizados os acordos finais para determinar se haverá ou não uma coligação partidária. No livro-ata fica registrado a resolução final do partido, e esta será oficializada no Tribunal Regional Eleitoral (TRE). Todos os filiados possuem o direito a voto, prevalecendo sempre a vontade da maioria.

Mesmo sendo um importante evento, observamos que poucas emissoras dedicaram parte da programação de seus telejornais com reportagens sobre as convenções partidárias. A análise dessas matérias foi realizada tendo como objetivo descrever as imagens, os personagens e os cenários destas convenções.

Uma das reportagens do Jornal Fala Brasil da Rede Record, foi sobre a convenção estadual do PT, realizada no Anhembi e que oficializou a candidatura de José Genoíno para o governo do Estado. As imagens mostravam que havia um grande número de filiados no auditório, que apesar de não estar lotado, muitos estão sentados no chão próximo ao palco. Destaca-se a presença de várias mulheres sentadas. A câmera focaliza uma senhora com uma criança que aparenta ter uns 04 anos, sentada em seu colo com uma chupeta na boca. No palco cerca de 18 a 20 dirigentes fazem parte da mesa, com o candidato sentado no centro e a prefeita Marta Suplicy ao seu lado. Uma faixa com a frase, “Encontro Extraordinário do PT-SP”, ocupava toda a extensão da mesa, decorada com toalhas vermelhas. Na parte superior do auditório são focalizadas várias faixas com os nomes dos candidatos para os cargos de deputados estaduais e federais. Nota-se que apesar das imagens de apoio serem sobre a convenção o tema principal da matéria foi sobre a última pesquisa eleitoral do Datafolha sobre a disputa presidencial. **(link 2002 – Record)**

**Repórter** - Na convenção estadual em São Paulo o PT oficializou as candidaturas do Deputado Federal José Genoíno ao governo paulista e de Aloísio Mercadante ao senado. No encontro também se falou sobre a última pesquisa Datafolha. Que indicou uma queda do candidato presidencial Luiz Inácio Lula da Silva de 43 a 40% e ascensão do tucano José Serra de 17 para 21% isolando-se como 2º colocada na disputa. **(Rede Record, Fala Brasil, 10/06/02)**

O Jornal da Cultura noticiou a convenção nacional do PPB realizada em Brasília. A sala apresenta uma capacidade para 60 pessoas e está toda ocupada. A figura de Paulo Maluf é a central na mesa, a imagem televisiva mostra o candidato discursando em pé

segurando um micro-fone. A sua frente existe um arranjo baixo de flores que enfeita a mesa e ao fundo uma faixa com a sigla do partido.

**Apresentador** - O PPB libera qualquer um dos filiados para apoiarem a qualquer um dos candidatos para a presidência da república e negociar alianças nos estados. A convenção do partido foi hoje em Brasília.

**Repórter** - Dois ministros e um vice-líder na câmara. Apesar de ter participado ativamente do governo Fernando Henrique nos últimos oito anos, o PPB decidiu liberar os diretórios regionais para fazerem alianças diferentes nos estados. A pressão contra a aliança formal com o PSDB do candidato José Serra partiu principalmente do ex-prefeito Paulo Maluf. Em São Paulo ele vai disputar o governo estadual contra o governador Geraldo Alckmin

**Paulo Maluf** - Nós fizemos o evento de hoje liberando. Quem quiser apoiar o Lula pode. Quem quiser apoiar o Serra pode. Quem quiser apoiar o Ciro pode. Quem pode o Garotinho pode. E até em São Paulo o Maluf é o candidato a governador de todos os presidentes da república.

**Repórter** - Mas o vice-líder do gov na câmara o dep Ricardo Barros disse que a decisão do TSE de obrigar os partidos de repetirem nos Estados a coligação nacional, prejudicou o apoio formal a chapa PSDB-PMDB e que pelo menos 12 diretórios estaduais do PPB vão apoiar a candidatura Serra. **(TV Cultura, Jornal da Cultura, 11/06/02)**

A convenção do Partido Verde foi veiculada pelo telejornal SPTV, mas não apresentou nenhuma imagem de apoio do evento. A matéria foi apresentada com o enquadramento de recurso Só Apresentador, que ainda faz a chamada para duas outras convenções que aconteceriam no dia seguinte, a do PMDB e do PRTB.

**Apresentador** – O advogado, e ambientalista, Antonio Fernando Pinheiro Pedro, é o candidato do PV ao governo do estado nas eleições de outubro. A candidatura foi formalizada hoje na convenção do PV na Assembléia Legislativa. O partido vai disputar o governo estadual pela 1ª vez. Amanhã serão realizadas as convenções estaduais do PMDB e do PRTB. **(Rede Globo, SPTV 2ª ed., 15/06/02)**

A reportagem do telejornal Bom Dia São Paulo, dá grande destaque para a convenção estadual do PMDB mostrando várias imagens de apoio do evento. Do lado de fora da Assembléia Legislativa de São Paulo é focalizada uma enorme faixa “PMDB livre para vencer” colocada numa das paredes externas. A parte superior do plenário está lotada por militantes, com camisetas e faixas, que gritam palavras de ordem. Inúmeras faixas também estão penduradas nas paredes internas, sendo que praticamente todas são do candidato ao senado Orestes Quércia. A reportagem destaca que Quércia foi a figura central

do evento. Porém, o tema predominante da matéria foi a possível “aliança branca” entre o PMDB e o PT em São Paulo.

O repórter comenta rapidamente, no final da matéria, a realização de outras duas convenções. Ao falar o nome do candidato do PV a imagem não é do evento, mas a imagem de arquivo, onde o candidato aparece discursando. Sobre a convenção do PRTB há rápidas imagens de apoio. A matéria não informa aonde foi realizada, mas mostra uma sala com cadeiras escolares, destacando uma mulher que está sentada na primeira fileira com uma fisionomia aparentando desânimo. O candidato Levy Fidelix aparece discursando em pé e gesticulando muito, mas não há áudio. **(link 2002 – Bom Dia SP)**

**Apresentador** – Foi o fim de semana de convenções partidárias em São Paulo. O PV, PRTB e PMDB definiram seus candidatos ao governo do estado, a Assembléia Legislativa e ao senado.

**Repórter** – A convenção do PMDB foi realizada ontem no plenário da Câmara Municipal de São Paulo. Participaram 640 representantes do partido, vindos de todo o estado. Dois candidatos concorreram a vaga para disputarem o governo estadual: Tonico Ramos e Airton Sandoval, que foi o escolhido. Mas o mais aplaudido foi o ex-governador Orestes Quércia, que vai concorrer ao senado. Além da escolha dos candidatos, a convenção estadual do PMDB serviu para marcar uma outra posição do partido: um possível acordo com o PT aqui em São Paulo, contrariando a convenção nacional que decidiu apoiar o candidato José Serra. Durante o encontro, a decisão do executivo federal de apoiar o candidato do PSDB a presidência foi muito criticada. Se o resultado da convenção nacional for mantido, o PMDB não poderá apoiar o PT aqui em São Paulo. Pelo menos não oficialmente, por causa de uma decisão do TSE, que obriga ao partidos a manter as alianças federais também nos estados, o PMDB teria que seguir com candidato próprio ou apoiar o candidato do PSDB. Mas os representantes do partido acreditam que a convenção nacional possa ser anulada pela justiça, abrindo as portas para o PT.

**Airton Sandoval** – A convenção está sob sub judice, então em São Paulo nós realizamos a nossa convenção, e vamos aguardar o que acontece em Brasília.

**Repórter** – Para mostrar que o namoro PT-PMDB está firme por aqui, o presidente estadual do partido dos trabalhadores, Dep. Paulo Frateschi esteve na convenção.

**Quércia** – O que existe é um bom entendimento com o PT a nível nacional. Precisamos ver se este entendimento pode ser também em nível do estado.

**Repórter** – Nesta semana outros dois partidos lançaram candidatos a governador: Antonio Pinheiro Pedro concorrerá pelo PV, e Levy Fidelix pelo PRTB. **(Rede Globo, Bom Dia São Paulo, 17/06/02)**

As convenções do PSB e PSTU foram reportagens do telejornal da Rede Globo, SPTV. As imagens reforçam a informação do repórter sobre o barulho na convenção, ao mostrar três militantes tocando tambores. Nas paredes externas estão penduradas faixas com nomes dos candidatos para a Câmara Federal e Assembléia Legislativa. Aparece a

imagem do candidato do PSB no evento, assim como a do vice. No plenário há várias cadeiras vazias com algumas pessoas conversando em pé ou circulando no auditório, a imagem destaca um cartaz do candidato presidencial Antony Garotinho.

As imagens sobre a convenção do PSTU, apesar de terem sido realizadas na quadra do sindicato, focalizam muito mais a festa que aconteceu durante o evento. Uma senhora aparece assinando o livro de presença acompanhada por duas crianças, que aparentam ter sete e cinco anos. A quadra está toda enfeitada com bexigas amarelas e vermelhas e numa das paredes há uma faixa que cobre toda a extensão da parede com a frase “Diga não a FHC, aos ricos e ao FMI! Por um Brasil para os trabalhadores! José Maria Presidente!”. A matéria mostra a imagem do candidato presidencial durante a matéria, mas o que chama a atenção é a ausência de imagem do candidato ao governo estadual. É o apresentador em estúdio que informa o nome dos outros candidatos da chapa. ([link 2002 – SPTV](#))

**Apresentador** – Hoje mais dois partidos, o PSB e o PSTU lançaram candidatos ao governo de São Paulo e ao senado nas próximas eleições. O PSTU apresentou também o candidato à presidência.

**Repórter** – A convenção do PSB começou de manhã, os cabos eleitorais fizeram muito barulho nos pátios da Assembléia Legislativa. O ex-prefeito de Campinas, Jacob Bittar foi indicado para governador, Raimundo Donato, ex-secretário de turismo de São Vicente será vice na chapa e, o vereador Rubens Calvo irá disputar uma cadeira no senado. A outra vaga para senador foi oferecida ao PST. À tarde na quadra do sindicato dos bancários no centro da cidade, o PSTU reafirmou a oposição ao governo federal, e oficializou a candidatura do metalúrgico José Maria para a presidência da república.

**Apresentador** – O PSTU lançou ainda o diretor do sindicato dos bancários, Dirceu Travesso, como candidato ao governo do estado. Para vice, Cidinha Lamos do sindicato dos correios de São José dos Campos. Para amanhã estão marcadas outras convenções: na Assembléia Legislativa se reúnem o PDT e o PTB e também o PPS. Na câmara o Partido Trabalhista Nacional e o PMDB. A convenção do PPB vai ser na Vila Guilherme, e em Osasco serão escolhidos os candidatos do PTdoB. (**Rede Globo, SPTV 2ª ed., 22/06/02**)

A convenção estadual do PPB recebeu um grande destaque na reportagem do SPTV. As imagens de apoio mostram a chegada do candidato Paulo Maluf ao evento acompanhado pela sua esposa e cercado pelos seguranças. O repórter informa que, segundo os organizadores, estavam presentes 12 mil pessoas, mas as imagens desmentem esta informação, pois o espaço aparentemente não comporta esta estimativa, apesar do local estar lotado. Há várias bandeiras e cartazes erguidos pelos militantes, que estão em pé de frente para um palco onde o candidato está discursando, acompanhado de outros

candidatos, incluindo Cunha Bueno e, depois há uma declaração do candidato. A última imagem sobre a convenção do PPB apresenta todos os candidatos cantando o Hino Nacional.

As imagens sobre a convenção do PT do B mostram que essa aconteceu numa sala de reuniões com a presença de umas quinze pessoas. A cobertura da convenção do PTN ocupou poucos segundos de uma matéria, mas as imagens que aparecem chamam atenção. Na mesa somente três pessoas estão sentadas, sendo uma delas o candidato a deputado estadual José de Abreu e, ao fundo, há um grande cartaz com a imagem do ex-prefeito Jânio Quadros de braços cruzados e com uma vassoura, que era seu símbolo. No plenário os militantes estão sentados de maneira bem espalhada, o que passa a sensação de que está bem mais cheio. Outra faixa é focalizada com os dizeres: “Deputado Zé de Abreu. Nosso líder partidário!”.

As imagens que acompanhavam as matérias a respeito das convenções do PTB e PPS eram muito parecidas, talvez por terem sido realizadas na Assembléia Legislativa de São Paulo. A convenção do PTB foi realizada no plenário e, aparece um grupo de militantes vestidos com camisetas e bonés de um dos candidatos, sendo que uma dessas pessoas segura uma espécie de “pom-pom” de torcida organizada. Há muito barulho e varias faixas estão penduradas.

A convenção do PPS foi realizada numa das salas da Assembléia, reuniu centenas de militantes, e alguns deles estão com camisetas e bonés. A imagem de uma mesa vazia é focalizada, com as paredes cheias de cartazes e faixas pregadas, e o repórter afirma que nada foi definido. ([link 2002 – SPTV](#))

**Apresentador** - Vem aí a eleição para Governador do Estado e, ontem cinco partidos fizeram convenções em São Paulo, mas só PPB que definiu o candidato para disputar o governo do Estado.

**Repórter** - Paulo Maluf chegou ao local da convenção no meio de um “empurra-empurra”, provocado pelos seguranças e cabos eleitorais. Segundo o partido 12 mil pessoas participaram da cerimônia que confirmou as candidaturas de Cunha Bueno ao senado e de Paulo Maluf ao governo do Estado

**Paulo Maluf** - A campanha com proposta de governo. Reduzir a violência, reduzir o desemprego, acabar com a farra dos pedágios, abrindo os pedágios à noite. Melhorar a educação tirando a tal progressão continuada e melhor a saúde publica.

**Repórter** - Os nomes do candidato a vice-governador e a segunda vaga ao senado, depende de negociações com outros partidos e deve ser decido até quarta feira. Na convenção do PT do B o partido resolveu se aliar ao PRP e ao PSC. Eles formaram a coligação Bandeira

Paulista que apóiam Paulo Maluf para governo e José Maria Marin para o senado. Já o PTN que se reuniu na Câmara Municipal transferiu para executiva estadual a decisão sobre as coligações e candidatos. O mesmo aconteceu na convenção do PTB na Assembléia Legislativa, até o fim de semana o partido decide se libera o voto para governador, lança um candidato próprio ou apóia um candidato de um outro partido. A convenção do PPS que também foi realizada na Assembléia reuniu centenas de filiados, mas terminou sem resultado. O partido marcou uma nova convenção para o próximo sábado.

**Apresentadora** - Mais sete partidos têm convenções agendadas para essa semana a data limite para definição de candidatos e alianças, é domingo que vem. **(Rede Globo, SPTV 1ª ed., 24/06/02)**

O telejornal SPTV, da Rede Globo, apresentou nas suas duas edições reportagens sobre a convenção do PL imagens do lado de fora do prédio assim como imagens ao vivo do local. O PL nacional estava coligado com o PT, e nas eleições estaduais eles estavam decidindo se teriam candidato próprio ou se apoiariam Paulo Maluf.

**Apresentadora** - O PL realiza hoje uma convenção durante todo o dia. O partido vai decidir se lança um candidato próprio ao governo do Estado ou se participa de uma coligação.

**Apresentadora** (em off) - a convenção começou às 8 da manhã e deve terminar às 5 da tarde. Neste momento os filiados estão votando, eles vão escolher entre lançar Francisco Rossi como candidato próprio ou apoiar Paulo Maluf do PPB.

**Apresentadora** - Pesquisas do partido indicam que os filiados devem escolher a coligação com o PPB. No próximo fim de semana sete partidos, entre eles, o PT e o PSDB vão realizar suas convenções e o prazo para registrar as chapas no TSE termina no próximo domingo, dia 30. **(Rede Globo, SPTV 1ª ed., 26/06/02)**

No telejornal da noite foi anunciado o resultado final da votação sobre o posicionamento do PL:

**Apresentador** - O PL fez convenção hoje na capital e anunciou o apoio a candidatura de Paulo Maluf, do PPB, ao palácio dos Bandeirantes. **(Rede Globo, SPTV 2ª ed., 26/06/02)**

Na reportagem sobre a convenção do PDT, o SPTV 1ª Edição transmitiu imagens ao vivo do evento. O apresentador chama a repórter e ao perceberem que estavam ao vivo, os militantes fazem muito mais barulho levantando faixas no meio da sala, que está completamente lotada e, próximo à mesa, há uma grande aglomeração de filiados. Observa-se que diferentemente dos outros militantes que apareceram com camisetas e bonés de candidatos, os do PDT estão vestindo apenas a do partido. **(link 2002 – SPTV)**

**Apresentador** - E o PDT, o partido de Leonel Brizola, está fazendo nesse momento a convenção estadual. Alguns militantes defendem o apoio a um candidato único a governador do Estado pela frente trabalhista, frente formada pelo PTB, o PPS e PDT. A repórter Maria Manso está na Assembléia Legislativa e, nos diz se o PDT já se definiu.

**Repórter** – Chico tem muito barulho aqui, tem mais gente do que caberia na sala como você pode ver, o barulho está muito grande, eu quase não consigo te ouvir. Mas esta acontecendo agora a convenção do PDT, o partido do ex-governador do Rio de Janeiro, Leonel Brizola, o partido que faz parte de frente trabalhista ainda não fechou a chapa aqui para o estado de São Paulo. Para o governo do estado o único nome citado até agora foi o de Nivaldo Orlandi, de um político do interior, mas essa decisão só deve sair no final da convenção, Chico. **(Rede Globo, SPTV 1ª ed., 28/06/02)**

No dia 17 de junho, o telejornal Bom Dia São Paulo apresentou uma reportagem sobre a convenção do PMDB, na qual havia escolhido Airton Sandoval como o candidato do partido para a disputa ao governo do estado, porém, outra matéria havia anunciado que o PMDB registrou como seu candidato o jornalista e escritor Fernando Moraes. Não há nenhuma reportagem explicando a causa de tal mudança e nem como aconteceu.

Na edição vespertina do telejornal SPTV a matéria sobre a convenção do PFL é comentada brevemente, com imagens ao vivo da entrevista coletiva do governador Geraldo Alckmin, mas sem áudio. O repórter está no local e, na mesa ao lado do governador estão os candidatos Cláudio Lembo, seu candidato a vice e, do presidenciável José Serra. O apresentador informa que outros partidos também realizam suas convenções, porém, essas não se transformaram em reportagens no telejornal noturno.

**Apresentador** - E hoje é um dia decisivo para muitos políticos de SP. É dia de convenções partidárias, é quando se escolhe os candidatos e se definem as coligações para as eleições de 06 de outubro. Na assembléia legislativa estão reunidos os partidários do PSDB e também do PFL. Vamos até lá com o repórter Joaquim de Carvalho.

**Repórter** - Neste momento o governador Geraldo Alckmin concede uma entrevista coletiva ao lado do candidato a presidência José Serra. A surpresa dessa convenção foi a escolha de Cláudio Lembo, do PFL, como candidato a vice na chapa de Geraldo Alckmin. O PFL definiu ontem à noite o nome de Cláudio Lembo depois de passar o dia reunido com lideranças do PSDB e do PPB, de Paulo Maluf, principal adversário de Geraldo Alckmin na disputa ao governo do Estado. Maluf tentou até o último momento atrair o PFL. Com a coligação o PSDB ganha mais quatro minutos no horário eleitoral e Geraldo Alckmin será o candidato com mais tempo na TV, mas no PSDB muitos delegados declararam estar insatisfeitos com a coligação, setores do partidos queriam uma chapa exclusivamente tucana, com Walter Feldman como vice. Pelo acordo entre os partidos as duas candidaturas ao senado vão ficar com Romeu Tuma, do PFL e, com José Aníbal, do PSDB.

**Apresentador** - O PT confirma hoje os nomes dos candidatos para o governo do estado e ao senado na convenção da executiva estadual. E os seguintes partidos realizam convenções

estaduais: PPS, PSL, PST, PSDC, PAN, PCO, PC do B e PRONA. Amanhã será a vez do PSC. **(Rede Globo, SPTV 1ª ed., 29/06/02)**

Percebe-se que novamente a reportagem sobre as convenções foi mais completa na edição noturna do telejornal SPTV. O PT reuniu seus integrantes para a oficialização da candidatura de José Genoíno. A convenção do partido havia sido realizada no dia 10 de junho, mas a candidatura de Genoíno somente foi oficializada em 29 de junho, no mesmo dia da convenção do PSDB, o que pode ter sido uma estratégia por parte da coordenação da campanha para ocuparem espaços nos telejornais do dia. A reportagem contém declarações de ambos os candidatos, mas a convenção do PFL e PSDB ocupou mais tempo na reportagem, as imagens mostravam as faixas que cobriam todo o lado de fora da Assembléia Legislativa com a sigla do PFL e o número do partido. Do lado interno havia outras faixas com os nomes de Romeu Tuma e José Aníbal para o senado. Ao mostrar a sala onde ocorreu a convenção observasse que o número de militantes é menor do que os que estão presentes do lado de fora da Assembléia Legislativa de São Paulo.

**Apresentador** - Hoje foi dia de decisão política em São Paulo. PSDB, PFL e PT confirmaram os nomes de seus candidatos para as eleições de 06 de outubro.

**Repórter** - O Partido dos Trabalhadores reuniu os integrantes do diretório estadual para formalizar a chapa dos candidatos para o governo do Estado e ao senado. O deputado federal José Genoíno e o presidente licenciado do sindicato dos metalúrgicos de São Bernardo do Campo, Luis Marinho formam a chapa petista ao governo de São Paulo. Também foram formalizados os nomes do deputado Aluizio Mercadante e do sindicalista Wagner Gomes ao senado. O candidato petista ao governo acha que não terá dificuldades para chegar ao segundo turno.

**José Genoíno** - Estamos prontos para disputar com quem for. A campanha para nós, será uma campanha de projeto, de programa e de proposta.

**Repórter** - O PFL realizou sua convenção na Assembléia Legislativa, no mesmo local se encontraram os delegados do PSDB. Os dois partidos vão juntos para a disputa de outubro.

**Repórter** - Com a aliança, Geraldo Alckmin, terá o maior tempo no horário eleitoral entre todos os candidatos a governador. A coligação terá nove minutos diários na televisão. É uma vantagem na disputa, mas no PSDB teve liderança que protestou.

**Repórter** - Candidato ao senado, José Aníbal não foi a convenção, ele não concordou com a escolha de Cláudio Lembo do PFL para vice de Alckmin.

**Geraldo Alckmin** - Essas divergências internas elas são naturais, isso faz parte, o partido tem vida. Na democracia é assim mesmo

**Apresentador** - Romeu Tuma é o outro candidato da coligação PSDB-PFL ao senado. Na coligação PPB-PL o candidato a governador é Paulo Maluf. O partido da causa operária disputará o cargo com Anai Caproni e Robson Malek será o candidato do PRONA. **(Rede Globo, SPTV 2ª ed., 29/06/02)**

No telejornal da Record, o tema da convenção partidária do PSDB fez parte de sua programação, devido ao fato do candidato a presidência José Serra ter participado do evento. Nota-se que o mesmo tema recebeu diferente tratamento, comparando com a reportagem da Rede Globo. Na Record o enquadramento é muito mais interpretativo, chegando em certos momentos a ser até avaliativo, como exemplo, podemos citar a fala da apresentadora e do repórter ao comentar que o governador Geraldo Alckmin havia colocado “panos quentes” durante a entrevista coletiva.

As imagens também reforçam esta avaliação por parte da matéria. Ao comentar que a festa do PSDB havia ocorrido do lado de fora da Assembléia, as imagens que acompanhavam a fala do repórter mostravam uma banda que tocava, um boneco gigante, daqueles do carnaval de Olinda, e quando passou a falar que o plenário ficou as moscas aparecem dois funcionários arrancando a faixa que está na parede com a sigla do partido. Ao falar que o painel sugeria que o vice do candidato Geraldo Alckmin seria José Aníbal, a câmera fixa a imagem no painel que não comprova tal afirmação. Ao comentar sobre o tempo total que o candidato terá no horário eleitoral as imagens mostravam Geraldo Alckmin fazendo o “V” da vitória, ao lado de Romeu Tuma, Cláudio Lembo e José Serra, todos no palanque montado do lado externo da Assembléia Legislativa. **(link 2002 – Record)**

**Apresentadora** - O candidato do PSDB, José Serra, participou em São Paulo da convenção regional do partido. Que fez de última hora uma coligação com o PFL e Serra acenou com cargos para aliado paulista. A reportagem é de Gilberto Smaniotto.

**Repórter** - A festa do PSDB foi do lado de fora da Assembléia Legislativa de São Paulo, o plenário aonde deveria acontecer a convenção ficou as moscas. O painel dava a entender que o vice de Geraldo Alckmin seria o presidente do PSDB José Aníbal, mas o jogo virou ontem à noite.

**Repórter** - A maioria, incluindo o governador Geraldo Alckmin queria que o vice fosse do próprio partido, assim como foi no passado com Mario Covas, mas o PFL foi certo, só apoiaria Alckmin no Estado se pudesse indicar o vice. E aconteceu.

**Dep. Estadual Walter Feldman** - Eu diria que a militância orgânica, aquela que tem uma tradição no partido não ficou satisfeita, mas saberá compreender a política das alianças necessárias para ganharmos as eleições.

**Repórter** - O vice ficou sendo o presidente estadual do PFL, Cláudio Lembo. Lembo que já foi presidente da ARENA, o partido do regime militar, foi também secretário de Jânio Quadros e Paulo Maluf. José Aníbal nem apareceu na convenção.

**Repórter** - Na entrevista coletiva o Governador Alckmin colocou “panos quentes”.

**Geraldo Alckmin** - Eu sempre disse, nunca mudei, que o vice poderia ser do PSDB ou de outro partido. Que o mais importante era o perfil.

**Repórter** - Com a aliança o Governador terá o maior tempo de todos os candidatos no rádio e TV e vai além, a vaga de vice para o PFL, no maior colégio eleitoral do país, pode levar muito mais gente do partido para apoiar o candidato tucano para presidente e, Serra prometeu recompensar o apoio.

**José Serra** - Temos apoios em muitos estados. Para nós é um apoio bem vindo, nós estamos ampliando a nossa aliança não apenas para vencer a eleição, mas também para governarmos junto. (**Rede Record, Jornal da Record, 29/06/02**)

Com as transcrições de todas as matérias que fizeram parte de nossa amostra a respeito das convenções partidária percebe-se que algumas reportagens conseguiram passar as imagens das festas que aconteciam durante o evento, com militantes uniformizados usando camisetas e bonés dos candidatos ou do seu partido, as várias faixas e cartazes que enfeitavam os locais, o barulho que os filiados faziam.

#### **b) Administração e Políticas Públicas**

A cobertura da mídia na campanha eleitoral para o governo do Estado de São Paulo de 2002, privilegiou uma abordagem voltada para temas relacionados à campanha e aos candidatos, conforme já citado.

A categoria **Administração e Políticas Públicas**, envolve os temas das áreas: Economia, Infra-estrutura, Social, Violência e Segurança, Cultura e Ciência. Dentro dessa área os subtemas que mais se destacaram<sup>47</sup> foram: desemprego, finanças, saúde, educação e violência e segurança. Neste último subtema é importante salientar que foram somadas, para efeito de análise, todas as ocorrências dos subtemas do tema violência e segurança (violência e crimes + sistema penitenciário + Febem + Política de Segurança).

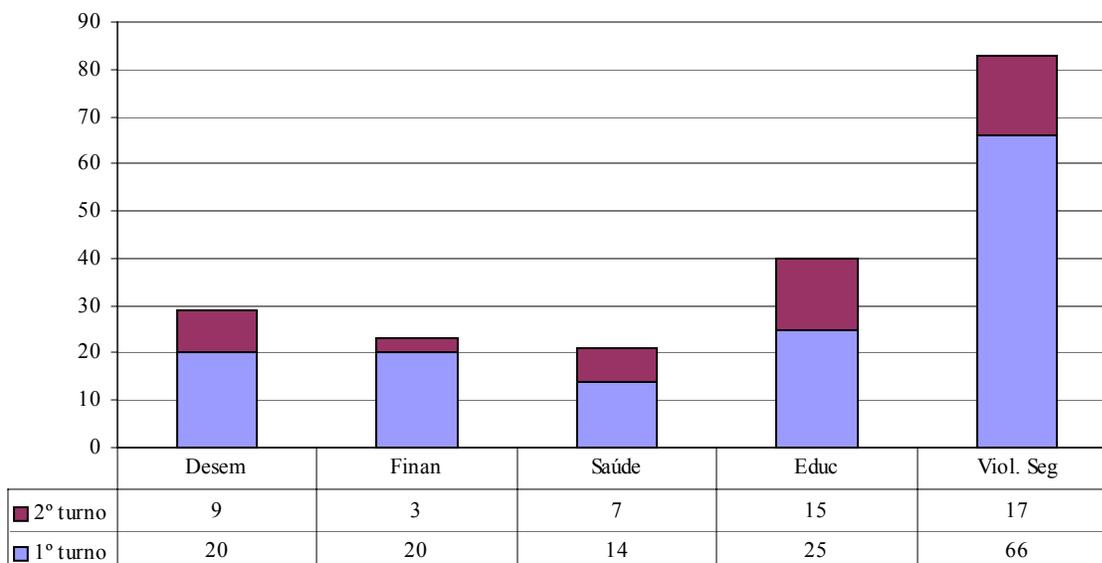
A ênfase na cobertura dos temas que envolvem a campanha eleitoral e os candidatos fizeram com que os subtemas da categoria administração e políticas públicas apareçam dentro de declarações dos candidatos ou em entrevistas.

A tabela abaixo registra o número de matérias em relação aos subtemas estudados nesta parte da pesquisa. Os resultados permitem verificar que eles tiveram pouco destaque na cobertura da mídia em 2002.

---

<sup>47</sup> Devido a existência de diversos subtemas, dentro desta categoria, a pesquisa optou apenas por analisar os subtemas que apresentaram maior frequência, com no mínimo 20 casos registrados.

### Freqüência dos Subtemas de Administração e Políticas Públicas por períodos



(total de subtemas: 196)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

O subtema violência e segurança é o que aparece com maior freqüência (14,7%), principalmente pelo fechamento do complexo Penitenciário do Carandiru, que ganhou um bom espaço na programação, conforme a transcrição da matéria exibida no Jornal Fala Brasil, da Rede Record, em 16/09/02:

**Apresentadora** – “Acabou o inferno”, a frase de um agente penitenciário resume o fim de 46 anos de história daquele que foi o maior presídio da América Latina. A Casa de Detenção, no Complexo do Carandiru em São Paulo, foi finalmente desativada com a transferência neste domingo do último grupo de detentos para prisões no interior do estado. (imagem externa do Carandiru)

**Repórter** – Do lado de fora movimentos populares aproveitaram o último dia do Carandiru para fazer protestos. Dentro jornalistas e autoridades lotaram os corredores sombrios. Entulhos e celas abandonadas, vestígios de 46 anos de solidão, amargura e sonhos de liberdade. Lembranças cruéis, rebeliões manchadas a sangue e execução de 111 presos em motim de 92 o maior massacre da história do sistema carcerário do país. O governo investiu 100 milhões de reais para construir 11 prisões no interior de SP e esvaziar o Carandiru. A transferência do último grupo selou o fim do presídio, 74 detentos saíram de camburão, chamado de último bonde da detenção. Bonde é como ficou conhecido o transporte de presidiários

**Secretário Adm Penitenciária, Nagashi Furukawa** - É claro que não é só isso que vai resolver o problema, nós temos que continuar com todos os demais projetos para os próximos 4 anos.

**Repórter** – Em um mês deve começar as obras do Parque da Juventude, que vai transformar as celas em oficinas de cultura, formação profissional e os pátios do complexo em áreas de lazer.

**Apresentadora** – A partir da próxima sexta-feira, dia 20 agora, a Casa de Detenção vai ser aberta a visitação pública, vai ser a chance de conhecer de perto o prédio que virou o fantasma da administração penitenciária.

**Repórter** (imagem aérea do Carandiru) – o destino do maior presídio brasileiro já está definido, a Casa de Detenção será implodida no prazo máximo de um ano. No local o governo pretende construir um parque público aproveitando um trecho original de Mata Atlântica, continuarão funcionando as penitenciárias do Estado e a feminina, além do hospital penitenciário. Os cerca de 5 mil paulistanos que vivem cara-a-cara com o presídio, na zona norte de SP, se sentem aliviados com a desativação. ([link 2002 – Record](#))

Um outro motivo que explica a maior incidência das matérias relacionadas com o subtema violência e segurança, se deve ao fato do aumento da violência no estado de São Paulo, com casos de seqüestros, assaltos, assassinatos, fugas de presídio, rebeliões em penitenciárias, etc.

Outro subtema que mereceu destaque foi à Educação (7,1%), assunto esse que, conforme explicitado anteriormente, foi decorrente da polêmica em torno do sistema de progressão continuada na rede de ensino público estadual. Em matéria exibida em 15/10/02, no jornal Diário Paulista, da TV Cultura, os candidatos José Genoíno (PT) e Geraldo Alckmin (PSDB), falam de suas idéias para a educação:

**Apresentador (Paulo Ramos)** – Hoje Alckmin e Genoíno continuaram recebendo apoios para o segundo turno.

**Apresentadora (Madeleine Alves, off)** – Apesar de desautorizada pela direção nacional do PSB, parte da bancada estadual do partido levou apoio a Geraldo Alckmin (imagens de políticos se cumprimentando). O mesmo aconteceu com José Genoíno, que recebeu apoio de parte da Força Sindical, cuja direção não ‘fecha’ com o candidato do PT (imagem de mesa com Genoíno discursando). Independente dos apoios, os candidatos afirmaram, neste Dia do Professor, que Educação será prioridade de Governo.

**José Genoíno** – Nós vamos valorizar os professores profissionalmente. Vamos garantir um salário digno negociando com os professores. Vamos diminuir o número de alunos por sala de aula. Vamos recuperar o ensino fundamental e médio no Estado de São Paulo. Vamos revogar a aprovação automática, e recuperar o verdadeiro sentido da progressão continuada.

**Geraldo Alckmin** – Primeiro: capacitação do professor. Proporcionamos Pedagogia a todos os nossos professores efetivos. (corte) O programa, a Faculdade de Pedagogia, o curso de 3º grau custeado pelo Governo. **No próximo mandato**, a bolsa-mestrado. (corte).

**Estamos** adquirindo 100 mil computadores pro professor ter em casa. **Estamos revendo** a avaliação continuada, no sentido de termos a avaliação pelo SARESP todo ano.

**Apresentador (Paulo Ramos)** – Só para esclarecer, o SARESP é o Sistema de Avaliação de Rendimento Escolar do Estado de São Paulo.

Outro aspecto verificado foi que no segundo turno, os subtemas de Administração e Políticas Públicas perdem espaço, dentro da cobertura jornalística, para os temas da campanha eleitoral e agenda dos candidatos. Os subtemas relacionados com tema Administração e Políticas Públicas chegam a atingir 43,5% do total de reportagens no 1º turno, mas no 2º turno o índice cai para 22,1%. Esse resultado indica um afunilamento do debate político no 2º turno, temas essenciais à administração pública do Estado perdem espaço para o desenrolar da campanha eleitoral.

A pesquisa também realizou um levantamento do tipo de enquadramento que os subtemas, aqui destacados, receberam ao longo da cobertura da mídia em 2002. Os dados obtidos na análise do enquadramento do apresentador no subtema desemprego confirmam o predomínio do apresentador informativo, tanto no primeiro como no segundo turno. Esses resultados apontam que a mídia teve um comportamento mais “neutro” no tratamento da notícia por parte do apresentador, apesar da ocorrência de quatro casos de apresentador avaliativo no 1º turno.

Ao analisar o enquadramento da matéria no subtema desemprego, os dados alcançados apresentam variações, apesar de prevalecer o enquadramento restrito. Contudo os enquadramentos episódica e plural aberta também tiveram uma frequência significativa. Este fato se deve às entrevistas e declarações dos candidatos, podendo receber enquadramentos diferenciados.

No subtema finanças a análise do enquadramento do apresentador demonstra maior frequência do enquadramento informativo, mantendo a tendência verificada no subtema desemprego, além de também aparecerem quatro ocorrências de apresentador avaliativo.

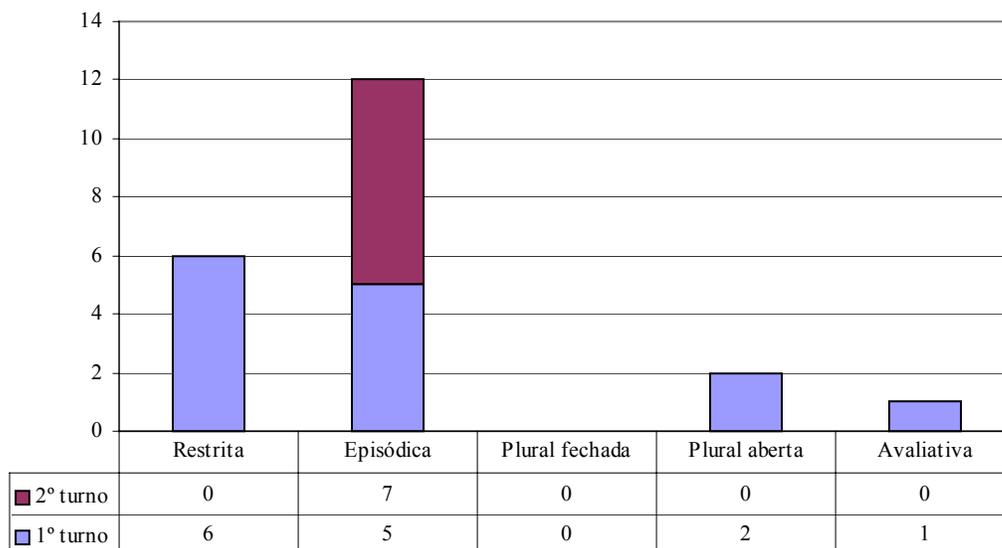
Quanto ao enquadramento da matéria do subtema finanças, a análise indica o domínio do enquadramento restrito.

No subtema saúde o enquadramento do apresentador indica a predominância do apresentador informativo, seguindo a tendência geral verificada nos outros subtemas, em ambos os turnos.

No gráfico abaixo, são apresentados os dados do enquadramento da matéria na área de saúde. A maior frequência do enquadramento episódico indica uma variação aos resultados obtidos em finanças. Contudo um outro elemento importante para ser observado é o equilíbrio dos enquadramentos no primeiro turno, enquanto no segundo turno só existiu

ocorrência do tipo episódica. Isto indica que o tema saúde, apesar de apresentar poucos casos, no segundo turno ganhou um certo destaque na agenda política da eleição na mídia.

### Tipo do enquadramento da matéria do subtema Saúde por períodos



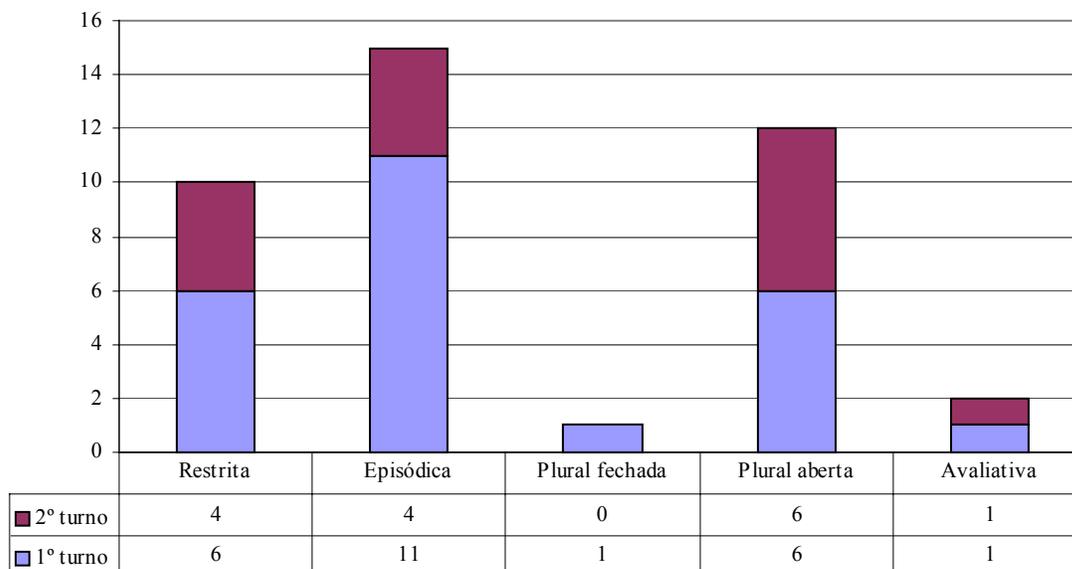
(total de subtemas: 21)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

Na área de educação, o enquadramento do apresentador indica que houve um domínio do apresentador informativo, em ambos os turnos. Este resultado aponta para o tratamento mais “neutro” em relação ao tema.

O gráfico a seguir apresenta os resultados do enquadramento da matéria do subtema educação. Os resultados revelam uma diversidade de enquadramentos. Apesar do enquadramento episódio ter o maior número de casos, os enquadramentos restrito e plural aberto também obtiveram índices significativos, nos dois turnos. A polêmica criada em torno do sistema de progressão continuada, citada anteriormente, fez com que a temática da educação merecesse um maior destaque dentro da cobertura da mídia. O enquadramento plural aberto assinala que este subtema teve um debate maior dentro da eleição, principalmente no segundo turno, envolvendo declarações de Genoíno e Alckmin.

### Tipo de enquadramento da matéria do subtema Educação por períodos



(total de subtemas:40)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

Já na área de violência e segurança, o enquadramento do apresentador dominante foi o tipo informativo, seguindo a tendência geral da pesquisa. É importante observar que no segundo turno a temática perde espaço dentro da agenda da mídia.

O enquadramento da matéria episódico foi o que obteve o maior número de casos no subtema violência e segurança. Mas, os enquadramentos restrito e plural aberto também obtiveram alto índice de ocorrência, principalmente no primeiro turno. Os resultados alcançados indicam que o tema da violência e segurança esteve presente na agenda da cobertura jornalística de 2002, recebendo enquadramentos diferenciados.

A cobertura adotada pela mídia em 2002 reduziu o debate político ao próprio processo eleitoral, além de contribuir para a personalização da política. A concepção do uso dos meios de comunicação como esfera pública para a realização do debate político das diferentes propostas e programas dos candidatos, ficou limitada a temas específicos. Os temas diretamente relacionados a política, administração e políticas públicas, perdem

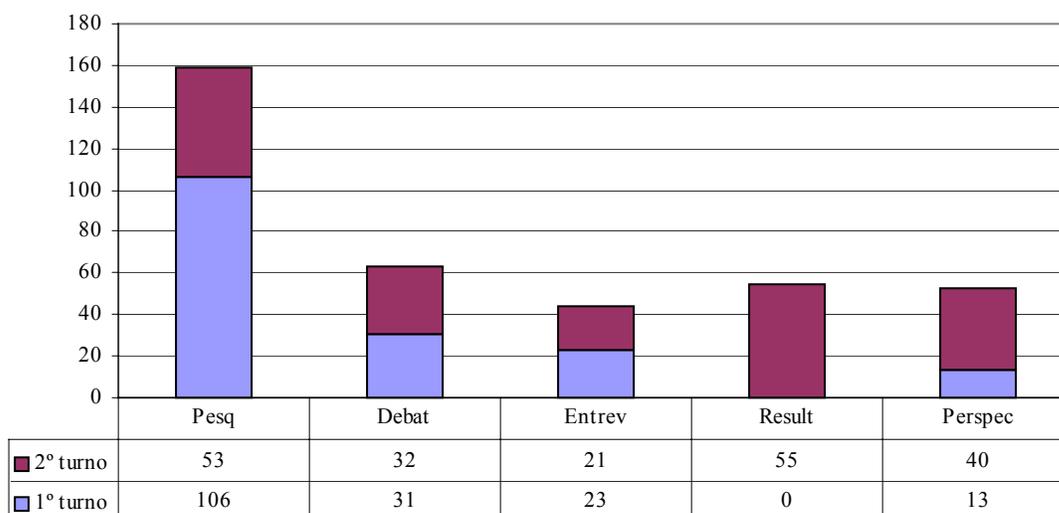
espaço para os “atrativos” da campanha, que garantem maior visibilidade para os políticos, através da cobertura chamada “corrida de cavalos”.

É importante observar que os telejornais são uma das principais fontes de informação da grande maioria da população, este tipo de cobertura verificado na pesquisa, onde o assunto relacionado à administração pública e políticas públicas, não tem muito espaço, não permite que o cidadão tenha acesso às idéias dos candidatos, somente de uma forma fragmentada, reduzindo a qualidade da informação pela qual cada indivíduo vai decidir seu voto.

### c) Campanha Eleitoral

O subtema que mais se destacou dentro do tema Campanha Eleitoral foi Pesquisa Eleitoral, concentrando 28,2% da freqüência geral e o maior tempo da cobertura jornalística (mais de quatro horas no total), conforme tabela abaixo:

**Freqüência dos Subtemas do tema Campanha Eleitoral por períodos**



(total de subtemas: 374)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

Com 11,2% da frequência geral, o Debate Político também teve presença expressiva na última campanha eleitoral para o governo do estado de São Paulo. O interesse em cobrir os debates políticos pode ser compreendido por tratar-se de um evento realizado pela mídia que, ao ser destacado, contribui para a promoção da própria emissora dentro da linha do jornalismo cidadão, que cumpre seu papel social. Daí esse subtema em especial ter as imagens de apoio como recurso amplamente utilizado, como é de se esperar.

Esse caráter das matérias sobre debates políticos é de tal maneira generalizado, que pode ser comprovado no fato de que apenas a TV Cultura noticia os debates que ocorrem em todas as emissoras; o resto delas apenas veicula notícias referentes aos seus próprios. Nesse sentido as matérias da Band sobre os debates que realizou (um em cada turno) são particularmente ilustrativas da “auto-propaganda” como podemos observar no trecho de uma delas.

**Repórter** - Em 1982 o povo readquiriu o direito de escolher pelo voto o governador de seu estado. Foi o início da redemocratização depois de quase 20 anos de regime militar. Os governadores eram indicados e escolhidos indiretamente pelos deputados estaduais. 1982 também marcou o início da série histórica de debates da Band.. Naquela primeira edição um duelo entre os candidatos foi memorável, que reuniu o ex-presidente Jânio Quadros e Franco Montoro, que seria eleito Governador do ESP. [segue imagens do debate de 82] De lá para cá, os debates da Band ajudaram o eleitor a escolher os melhores candidatos a prefeito, governador e presidente da República. Desta vez não vai ser diferente. (...)

**Repórter** – É também um debate aguardado com ansiedade pelos 25 milhões e meio de eleitores espalhados por todo estado de SP.

**Popular 1, Campinas** – Pro país isso é bom, para a população ver quem é o melhor e quem é o pior.

**Popular 2, Ribeirão Preto** – É importantíssimo porque só através do debate que se pode ter uma consciência do que esses nossos elementos estão pensando.

**Popular 3, Presidente Prudente** – A população precisa ser esclarecida das propostas do governo, pra gente poder votar conscientemente.

**Popular 4, Taubaté** – É um debate que vai dar pra gente enxergar as propostas dos ... e saber mais ou menos quem oferece uma proposta melhor.

**Popular 5, São Paulo** – tem muita gente indecisa, não sabe em quem vai votar ainda, é importante o debate. **(Band – Jornal da Band – 15/10/02)**

Já na Record e na Globo a ênfase na importância dos debates que organizaram aparece de forma diferenciada. As matérias em questão focam não somente o desenrolar dos debates que realizaram, mas principalmente os bastidores dos mesmos. Uma das da Globo, em especial,

merece destaque pela analogia que faz entre o espetáculo político e o espetáculo esportivo, mais precisamente o duelo apaixonado do futebol:

**Repórter:** Em dia de disputa apertada o apoio da família fica explícito em todos os acessórios. Adesivos na lapela, estrelas na calça, jaqueta, e no relógio. No camarim uma ajeitada na gravata para impressionar o público e muitos, muitos papéis na pasta do assessor para impressionar o adversário. (...) Antes de entrar no estúdio uma última olhada nos números, e no camarim ao lado sorrisos para aliviar a tensão. Sorrisos também na hora das fotos dentro do estúdio. Como adversários prestes a iniciar a partida sobram apertos de mão. Já posicionados na bancada, os candidatos estudam as estratégias, os assessores técnicos acertam as últimas falas, os gestos, e até providenciam uma colinha. O debate começa e, do lado de fora, as torcidas agitam as bandeiras como num estádio de futebol. E também como no futebol o nervosismo dos aliados fica evidente. Quando a grande prova termina, Genoíno e Alckmin correm para os braços da família. E claro, dizem que fizeram uma grande partida. **(Globo – SPTV 1ª Ed.; 25/10/02)**

Seguindo mesma tendência observada em outros subtemas, também em Debate Político o enquadramento da matéria, dentro do item Apresentador, foi preponderantemente Informativa. Mesmo o enquadramento propriamente das matérias apresentadas manteve-se discreto em termos de posicionamento. Novamente a maioria das matérias foi episódica, limitando-se, portanto a relatar os debates ocorridos, e ainda que 20 dentre o total tenha tido outras classificações, 12 destas, vale ressaltar, foram plurais abertas – em que apesar de haver uma interpretação do debate político em questão, nenhum candidato foi favorecido ou tido como “vencedor”.

Assim como Debate Político, Entrevista com Candidatos foi um subtema que apareceu de forma linear ao longo da campanha eleitoral. Por tratar-se de uma situação definida por cada emissora e acordada com os candidatos, valorizando o telejornal que a veicula com exclusividade, essa presença constante deve ser analisada também de forma semelhante que a dos debates.

No total, foram dedicados quase 3 horas e 50 minutos a esse subtema. Ao observar esse ponto, deve-se atentar para o fato de que no 1º turno o tempo em questão deveria ser dividido entre todos os candidatos, ainda que não o tenha sido feito de forma igualitária, enquanto no 2º turno a disputa torna-se mais acirrada e as entrevistas podem ser mais detalhadas. Assim, proporcionalmente (em relação a cada candidato, e especialmente se considerarmos a duração dos dois períodos eleitorais) os telejornais exploraram mais esse subtema no 2º turno.

No que concerne ao enquadramento dessas matérias, temos que no 1º turno ficou equilibrado entre restrito e plural aberto, e no 2º turno entre restrito, plural aberto e episódico. As matérias consideradas restritas foram aquelas centradas na interpretação do entrevistado; daí seu número ter sido bem superior no 1º turno, em decorrência das entrevistas com os candidatos “nânicos”. Particularmente na Globo, que realizou esse tipo de matéria com todos os candidatos, as dos candidatos “nânicos” diferiam das dos principais por não ter uma forte presença do apresentador, mas sim serem feitas por repórteres com a função apenas de conduzir a fala do entrevistado.

As matérias nas quais o entrevistador tinha uma relevância maior, como as que caracterizaram o 2º turno em especial, sofreram a influência de sua atuação mais provocativa. Nessas o enquadramento tendia a ser plural aberto, por incluir a interpretação do entrevistador sem que se pudesse determinar, contudo, se esta seria superior à do candidato; ou ainda episódico, no caso em que preponderaram discussões mais propriamente factuais, com relação a obras realizadas ou ao plano de governo, por exemplo. O enquadramento do apresentador em si, contudo, nos revela que apesar de em alguns momentos ter sido identificada uma avaliação ou ao menos uma interpretação de sua parte, na grande maioria das vezes sua postura foi informativa: 35 vezes, do total de 44 ocorrências desse subtema.

O esquema diferente de entrevistas que marcou o 1º turno desse pleito teve reflexo ainda nos recursos utilizados nas matérias, que foi bastante diferenciado nos dois períodos. No 1º turno destacaram-se as entrevistas realizadas em estúdio; já o 2º destacou-se pela quantidade de imagens de apoio. As entrevistas mais longas continuaram então a acontecer em estúdio, porém houve diversos casos de inserções ao vivo junto aos candidatos fora dele. Ao observar esses dados devemos ainda atentar para o fato da amostra da pesquisa do 2º turno incluir não somente os dias que se sucederam ao resultado do 1º turno, como também o dia da votação e o dia após o resultado final das eleições; momentos em que os candidatos foram muito requisitados.

As 53 ocorrências do subtema Perspectivas Eleitorais foram divididas de forma bem diversa entre os dois períodos da eleição estudada: apenas 13 delas estavam no 1º turno, enquanto o restante era referente ao 2º. É possível compreender isso pelo já comentado fato de que o 2º turno engloba desde os momentos decorrentes do resultado do 1º até o dia seguinte do resultado final das eleições, contemplando ocasiões especialmente propícias a esse tipo de especulação;

tanto no sentido das expectativas da campanha eleitoral, das novas articulações políticas típicas do momento e dos resultados alcançados por cada candidato, quanto no sentido das expectativas de governo. As declarações de Geraldo Alckmin destacadas ilustram bem essas perspectivas eleitorais de natureza distinta:

**Apresentador** - Candidato, o ex-governador e ex-prefeito Paulo Maluf anunciou agora à pouco seu apoio a candidatura de José Genuíno. O senhor acha que o fato de Maluf recomendar o voto ao PT para os malufistas muda alguma coisa no quadro eleitoral, trás algum impacto no quadro eleitoral de São Paulo?

**Geraldo Alckmin** - eu entendo que não. O eleitor é livre, o eleitor é livre no 2º turno. Essa é uma decisão pessoal que nós respeitamos, cabe ao povo julgar<sup>48</sup>.

**Apresentador** - .as nossas congratulações pela vitória. Qual é a expectativa do senhor a partir de agora?

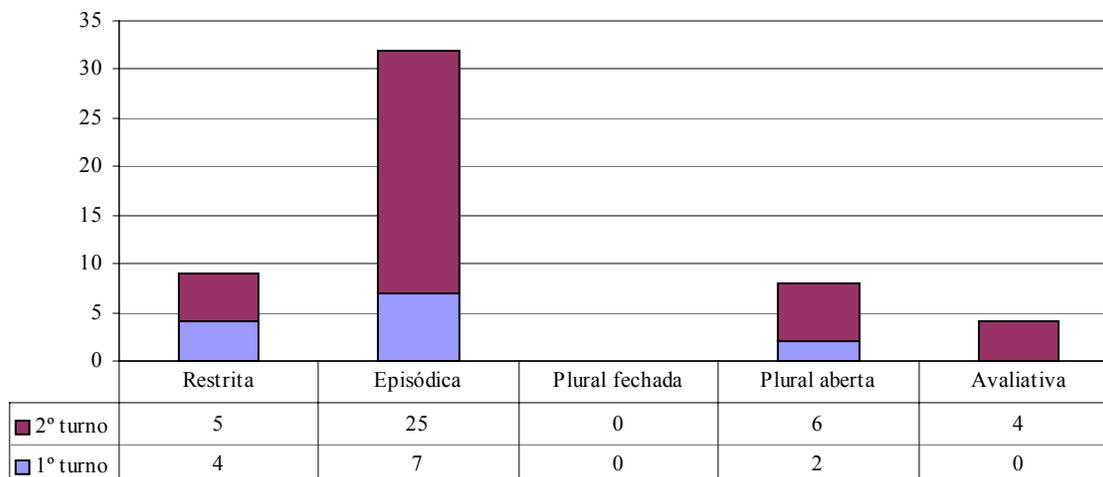
**Geraldo Alckmin** - o novo governo já começou. Trabalho, com bastante trabalho. Nós temos até 1º de janeiro para montar a nova equipe. Alguns secretários continuam, outros,... é uma corrida de revezamento. A gente traz um time novo pautado pela competência.(...). (**Globo, SPTV 2ª Edição, 28/10/2002**)

O enquadramento dos apresentadores nesse subtema não foge à tendência informativa já apresentada: exceto por 7 casos em que é considerado interpretativo e 2 em que é avaliativo, pode-se afirmar que existe uma preocupação em apresentar as matérias de forma neutra. Quanto ao enquadramento da matéria propriamente dita a situação não é, aqui, muito diferente; a maior parte delas é episódica nos dois turnos. Talvez por esse ser um subtema de caráter mais opinativo, que naturalmente propicia um posicionamento por partir de percepções do momento eleitoral, exista, entretanto, um número expressivo de matérias classificadas de outra maneira, em particular no 2º turno, como podemos ver na tabela que segue:

---

<sup>48</sup> Transcrição Entrevista Geraldo Alckmin. Fita 10.

**Tipo de enquadramento da matéria do Subtema Perspectivas  
Eleitorais por períodos.**



(total de subtemas: 53)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

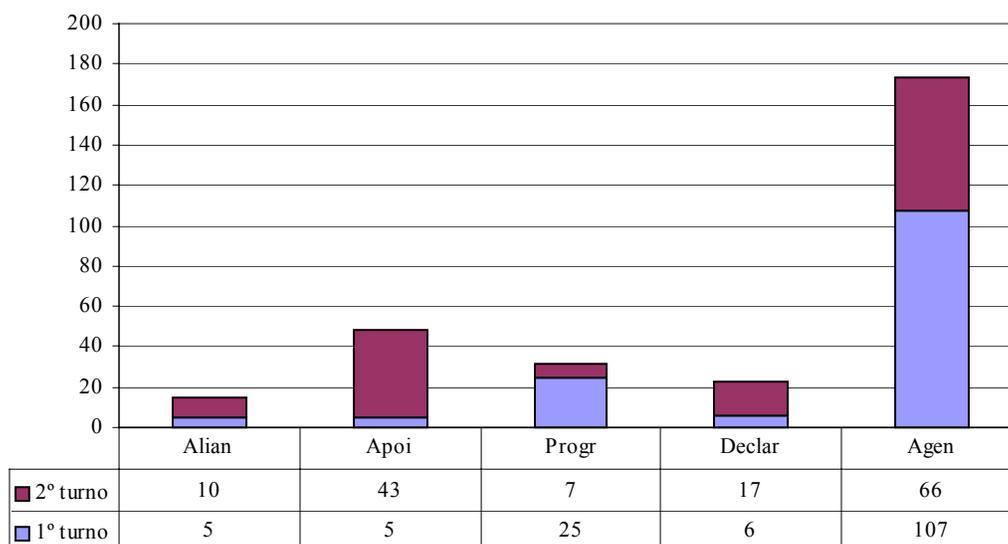
Os recursos são o que diferem mais as matérias dos dois períodos. No 1º turno o recurso mais utilizado são os gráficos e diagramas, possivelmente por auxiliarem na projeção dos candidatos para o segundo turno nessa disputa que foi bastante concorrida. No 2º turno há uma maior ocorrência de imagens de apoio, dez vezes maior que no período anterior. As matérias que caracterizaram esse turno estão, assim, mais concentradas nos problemas do estado, nas reivindicações da população ou ainda no contato direto com os candidatos, questionados sobre esse subtema. Em ambos os períodos, é preciso ressaltar, ainda as matérias feitas em estúdio, contando com a participação dos candidatos.

#### **d) Candidatos**

A cobertura dos telejornais acompanha a dinâmica da campanha eleitoral. A escolha da pauta jornalística está diretamente relacionada ao período eleitoral da campanha, uma vez que a frequência da divulgação dos temas pode aparecer mais num turno do que no outro, como também, a frequência dos subtemas em um dos dois turnos. Nas tabelas abaixo

temos as frequências e as porcentagens e a duração que os subtemas do tema **Candidatos** tiveram em cada período eleitoral.

**Frequência dos Subtemas de Candidatos por períodos**



(total de subtemas: 291)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

Ao analisar-se todo o período da campanha eleitoral para o governo de São Paulo em 2002, nota-se que a divulgação da Agenda do Candidato foi freqüente na pauta diária dos telejornais e, em alguns casos, era o único tema das matérias sobre a cobertura da campanha durante o primeiro turno. Verificando o tempo das matérias dos subtemas de Candidatos vemos que são destinados no total, à Agenda, 03:54:18, enquanto que as demais matérias referentes aos outros subtemas não chegam nem a 2 horas. Geralmente, o departamento de redação dos telejornais recebe, através da assessoria de imprensa do candidato, a relação dos eventos nos quais ele estará participando. A presença do candidato em eventos significativos, tais como, reunião com grupos ou movimentos sociais, entrevistas nas emissoras de rádio e televisão, comícios lotados com a presença de artistas populares, enfim, qualquer evento que possa atrair a atenção da mídia e, garantindo, de tal modo, uma maior visibilidade do candidato, era freqüentemente produzida pelas matérias

sobre a agenda dos candidatos, que contavam com imagens de apoio do evento e, conseqüentemente, com imagens do próprio.

Percebe-se a existência de um certo círculo vicioso, pois a assessoria de imprensa garante a presença do candidato nos eventos que despertem algum interesse dos meios de comunicação em cobri-los, mas esses só fazem parte da pauta do telejornal do dia porque contou com a participação do candidato, como exemplo, tem-se abaixo a transcrição da matéria do dia 17/07/02 do SPTV 1ª ed.

**Apresentadora** - O candidato do PPB, Paulo Maluf, visita agora à noite a FRANCAL – Feira de calçados – no pavilhão de exposições no Anhembi na Zona Norte da cidade.

O padrão de produção das notícias pelos telejornais brasileiros está seguindo o padrão norte-americano. Os subtemas relacionados às campanhas eleitorais são apresentados com matérias de pouca duração, geralmente com duração de 60 segundos. Essa constatação ressalta ainda mais o peso que a divulgação da agenda dos candidatos apresentou dentro da pauta jornalística já que no total foram 03 horas, 54 minutos e 18 segundos. Verifica-se ainda que a duração dessas matérias foi praticamente a mesma comparando o primeiro e o segundo turno.

Quando uma reportagem apresentava as agendas dos candidatos o enfoque principal se restringia à divulgação das atividades dos candidatos e, portanto, limitava-se apenas em informá-las, não fazendo nenhuma avaliação ou comentário sobre essa participação.

O enquadramento do tipo **informativo** foi utilizado pelo apresentador em todas as matérias que divulgaram as agendas dos candidatos, contabilizando um total de 173 casos. Como os tipos de enquadramentos não são excludentes, verifica-se ainda que o do tipo **interpretativo** foi utilizado em 03 matérias, sendo que não há nenhum caso com os tipos **interpretativa indireta e avaliativa**.

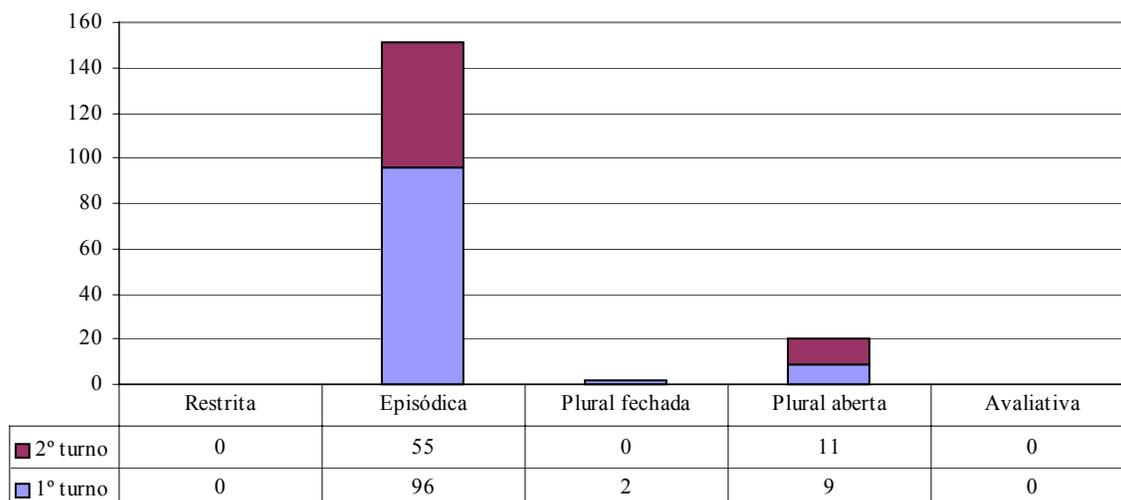
A matéria com o enquadramento do tipo **informativo** durante o 1º turno foi apresentada no telejornal SPTV 1ª edição no dia 02 de agosto (**link 2002 – SPTV**). A reportagem, ao tratar sobre a agenda do candidato e governador Geraldo Alckmin do dia anterior, relatava um incidente que acabou em pancadaria entre os alunos da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH) da Universidade de São Paulo, que estavam

em greve na ocasião devido a falta de professores, com um grupo de sindicalistas. A reportagem mostrava um discurso do governador condenando a atitude dos alunos.

No 2º turno as reportagens que apresentaram esse tipo de enquadramento apareceram nos telejornais do Jornal Nacional e do Jornal da Band do dia 07 de setembro e, tratavam sobre o mesmo tema. A matéria mostrava a agenda dos candidatos Geraldo Alckmin e de José Genoíno com seus comentários sobre a posição dos eleitores do candidato Paulo Maluf, derrotado no 1º turno das eleições. [\(link 2002 – Band\)](#)

Comparando os tipos de enquadramento das matérias no primeiro turno, segundo turno e o no geral, confirma-se novamente que as reportagens sobre as agendas do candidato eram quase todas do tipo **episódica**, conforme Tabela abaixo.

**Tipo de enquadramento da matéria do Subtema Agenda do Candidato por períodos.**



(total de matérias: 173)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

Em apenas 02 casos, durante o primeiro turno, o enquadramento foi do tipo **plural fechada**, isso é, um dos principais candidatos não foi favorecido pela reportagem. Esse dado é significativo para confirmar que a cobertura jornalística, no geral, manteve-se

neutra, com relação ao tema Candidatos, na campanha eleitoral de 2002, visto que o segundo tipo mais utilizado nas matérias sobre o subtema **Agenda do Candidato** foi o do tipo **plural aberta**, aonde os principais candidatos apresentaram o mesmo grau de importância dentro dessas reportagens.

A frequência dos subtemas relacionados aos candidatos torna-se justificável conforme a importância que determinado tema adquire com relação ao período eleitoral. Seria irrelevante e, até mesmo prejudicial à política se as propostas de governo fossem mais constante no segundo turno. Os telejornais apresentam mais matérias sobre esse subtema durante o primeiro turno com a finalidade de mostrar ao eleitorado as propostas de cada candidato para os problemas municipais, estaduais ou federais, portanto, presumisse que os eleitores já sabem qual é o programa de governo dos dois candidatos restantes na disputa, o que faz com que a pauta jornalística determine um menor espaço dentro dos telejornais com matérias sobre esse assunto, mesmo porque esta questão é própria do Horário Gratuito da Propaganda Eleitoral (HGPE) dos candidatos. Durante o primeiro turno a duração total das reportagens sobre os programas de governo foi de 01 hora, 06 minutos e 19 segundos, enquanto que no segundo turno ocupou apenas 31 minutos e 13 segundos.

Poderia-se argumentar que a diferença com relação a duração desse subtema estaria relacionada ao número de candidatos que participam em cada turno. O que se observa através da análise dos telejornais de 2002 é que na realidade havia apenas três candidatos efetivos durante o primeiro turno, uma vez que as emissoras adotaram o enquadramento “corrida de cavalos”, conforme já explicitado anteriormente, e, portanto, dedicando mais tempo aos candidatos que estavam na frente das pesquisas eleitorais. O tempo dedicado para os outros candidatos foi bem menor do que o dedicado aos candidatos Geraldo Alckmin, José Genoíno e Paulo Maluf.

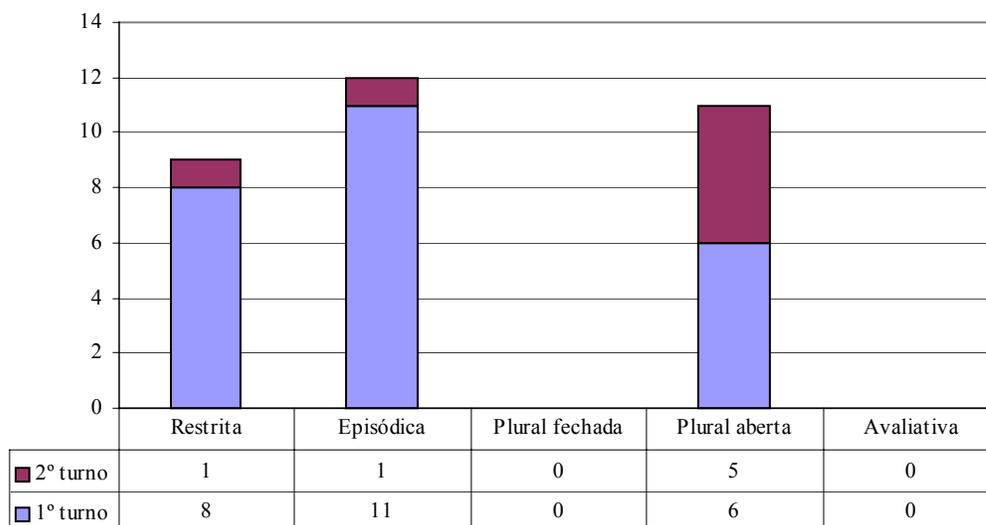
Ressalta-se ainda que a duração desse subtema não está relacionada ao da entrevista com os candidatos<sup>49</sup>, uma vez que alguns telejornais produziram reportagens específicas sobre o subtema.

---

<sup>49</sup> A análise desse subtema foi mais bem detalhada anteriormente.

No subtema **Programa de Governo** o enquadramento do tipo **informativo** foi o mais utilizado pelos apresentadores, ficando duas exceções em cada um dos dois turnos. Durante o primeiro turno tem-se 02 casos com o enquadramento **avaliativo**, o que permite afirmar que nessas reportagens os apresentadores empregaram seus juízos de valores ao fazerem comentários sobre o subtema. Essas matérias fizeram parte do telejornal SPTV 1ª edição durante entrevistas com os candidatos Geraldo Alckmin, no dia 15 de agosto, e José Genoíno, dia 17 de setembro. No segundo turno em 02 casos os apresentadores deram a sua interpretação sobre o **Programa de Governo**, portanto, com o enquadramento **interpretativo**.

**Tipo de enquadramento da matéria do Subtema Programa de Governo por períodos.**



(total de matérias:32)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

O tipo do enquadramento da matéria apresentou uma distribuição mais diversificada nas reportagens sobre os programas de governo dos candidatos, conforme a tabela acima. No geral, 12 casos valeram-se do enquadramento **episódico**, por relatar apenas qual seria a

proposta dos candidatos para determinado problema, 09 foram do tipo **restrito**, pelo fato da matéria apresentar apenas o programa de governo de um dos principais candidatos dentro da reportagem e, em 11 casos o enquadramento foi **plural aberta**. Nesse último tipo de enquadramento a reportagem montava a matéria fazendo a mesma pergunta para os candidatos ou seus assessores responderem, como o exemplo transcrito abaixo.

**(link 2002 – Diário Paulista)**

**Apresentador** – Revitalização do Centro velho da capital e medidas para solucionar o problema da moradia. Questões para os dois candidatos ao governo do Estado.

**Apresentadora (off)** – Nesta segunda-feira os candidatos responderam a duas questões, colocadas pela TV Cultura. A primeira, sobre habitação.

**Geraldo Alckmin** – Nós vamos investir o ano que vem, 620 milhões de reais em habitação, e, além de construir as casas, através de mutirão, através de empreitada global, através de empreitada integral, e de fazer os conjuntos onde mais necessitamos, nós vamos fazer um grande projeto de erradicação de cortiço. São Paulo, Santos e Campinas. Já assinamos o contrato com o BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento). São 110 milhões de dólares de investimento. Isso vai ajudar muito a recuperar o Centro de São Paulo.

**José Genoíno** – Primeiro: tem dinheiro em caixa pra habitação. Em torno de 1 bilhão. O que não tem é política. E o ponto 1: é priorizar a população da faixa de 0 a 3 salários mínimos, que é a que mais precisa de habitação popular. Segundo: ter um conselho estadual de habitação popular, pra discutir com os movimentos, com os assentamentos, com as cooperativas e também com as empresas de construção civil a política de construção de moradias novas, recuperação das moradias que precisam de um investimento do Estado, urbanização de algumas áreas, recuperação de cortiços. É uma política ampla.

**Apresentadora (off)** – A segunda questão é sobre a transferência do Palácio do Governo para o Centro da Capital. O próximo governador sai do Morumbi.

**Geraldo Alckmin** – Nós já trouxemos para o centro da cidade, (por) exemplo, a Secretaria de Segurança Pública. Já está no Centro. Outras secretarias foram para o Centro. Vamos levar todas. O governo vai fazer economia de aluguel, economia de aluguel... e você ajuda a revitalizar o centro da Cidade. O Palácio do Governo: essa é uma segunda fase. O governo tá instalado. Pra reinstalar vai gastar um dinheirão, pra tirar o governo. Então, primeiro, nós vamos levar Secretarias de Estado para o Centro de São Paulo.

**José Genoíno** – A minha preocupação agora é garantir residência para a população sem casa. Não é a residência do governador. Eu tenho um propósito de ajudar a Prefeita Marta Suplicy na recuperação do centro histórico de São Paulo. Toda grande cidade tem que ter a sua identidade, e o seu centro histórico. A prioridade não é discutir aonde o governador vai morar. A prioridade é discutir onde a população sem casa vai morar.

Da mesma forma que a presença do subtema **Programa de Governo** é mais constante durante o primeiro turno, nota-se que os subtemas **Alianças** e **Apoios** ocupam mais espaço nos telejornais no segundo turno. O que determina essa pauta é o fato das negociações sobre apoios e alianças acontecerem no período das convenções partidárias e, portanto não fazem parte do primeiro turno, daí a presença maior do número de matérias

deste subtema no segundo turno. Esse subtema faz parte da pauta jornalística no dia seguinte ao resultado do primeiro turno, quando os dois candidatos vitoriosos buscam apoio dos candidatos derrotados. Verifica-se na que a duração das matérias sobre apoio, ocupa o segundo maior tempo das reportagens, com poucos minutos de diferença das matérias sobre agenda do candidato. Como os subtemas não são excludentes, geralmente as matérias que divulgavam a agenda do candidato, durante os primeiros dias do segundo turno, também traziam informações a respeito do apoio. Conforme a transcrição de matéria da Bandeirante, pelo Jornal da Noite, do dia 14/10/02:

**Apresentadora** – Em São Paulo, os candidatos que disputam o governo do estado têm encontro marcado aqui na Band nesta 4ª feira. A 1ª pesquisa de intenções de voto, mostra uma diferença de apenas 08 pontos percentuais entre Geraldo Alckmin, do PSDB, e José Genoíno do PT. Os votos de Paulo Maluf, derrotado no 1º turno, são essenciais na disputa. (Imagem de apoio: Genoíno carregando faixa numa passeata).

**Repórter** – Numa caminhada acelerada, o candidato do PT deu início a campanha do 2º turno. Pelas ruas do centro de São Paulo, o petista ouviu eleitores, deu autógrafos e está cada vez mais associado ao candidato à presidência Luiz Inácio Lula da Silva. (Legenda – Candidato Incansável).

**José Genoíno** – Nós temos que confirmar: Lula presidente e Genoíno Governador. (Imagem de apoio: na frente de um outdoor seu).

**Repórter** – O candidato do governo, Geraldo Alckmin, recebeu apoio oficial do PDT paulista. O PPS, de Ciro Gomes, também ficou do lado do tucano no estado de São Paulo. (Imagem de apoio: Alckmin no comitê do PPS)

**Geraldo Alckmin** – A gente fica feliz de estar junto de gente boa. Esta turma do bem, esse time do PPS de São Paulo que é um instrumento importante na luta pelo bem comum. (Imagem de apoio: repórter cercada de militantes do PT).

**Repórter** – Antes do 1º turno, a diferença entre o candidato tucano e o petista era de 20 pontos percentuais. Já na 1ª pesquisa feita no 2º turno, Alckmin e Genoíno têm apenas uma diferença de 08 pontos. Os dois candidatos disputam o eleitor de Paulo Maluf.

**José Genoíno** – Eu vou pedir o voto de todos que votaram nos meus adversários.

**Geraldo Alckmin** – São Paulo é muito grande para se fazer governo de uma cor só, governo de um partido só.

**Repórter** – O PPB, partido de Paulo Maluf, ainda não decidiu qual candidato vai apoiar no 2º turno. São quatro milhões de eleitores disputadíssimos. (Imagem de apoio: Paulo Maluf)

Na reportagem citada, encontramos um exemplo do subtema **agenda do candidato**, com a presença dos candidatos e, na matéria transcrita abaixo, o subtema que aparece é referente ao **apoio**.

**Apresentador** – o Ex-prefeito Paulo Maluf aderiu a candidatura de José Genoíno ao governo de São Paulo. Maluf, que é do PPB, foi derrotado no 1º turno pelo governador Geraldo Alckmin, do PSDB, e por Genoíno que é do PT.

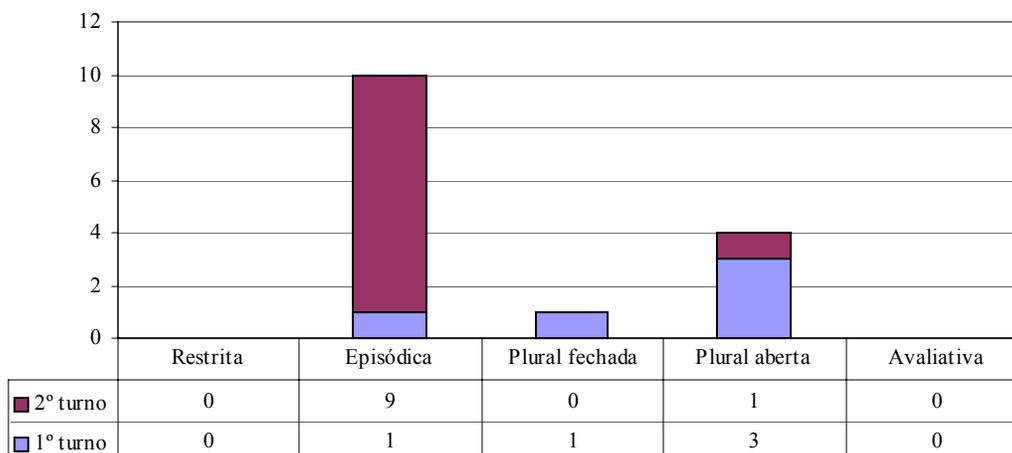
**Apresentadora** – Hoje a 05 dias para as eleições do 2º turno o ex-prefeito anunciou que decidiu apoiar o petista.

**Paulo Maluf** – Voto e recomendo aos meus 4 milhões e 200 mil eleitores que votem para governador em Genoíno que representa hoje a mudança a toda as mazelas que aí estão. Assina, Paulo Maluf.

(Imagem de apoio: Paulo Maluf em seu escritório político) (TV Cultura, Jornal da Cultura, 21/10/0)

O enquadramento **informativo** foi o mais utilizado pelos apresentadores para as matérias sobre esses subtemas, no geral, foram 14 casos sobre **alianças** e 43 casos sobre **apoios**. Verifica-se que durante o primeiro turno esse foi o único tipo presente, porém no segundo turno aparecem 05 reportagens com o enquadramento **interpretativo** e 01 com o enquadramento **interpretativo indireto**. Sabendo-se que um apoio pode redefinir todo o rumo da campanha eleitoral no segundo turno, alguns apresentadores iniciaram ou terminaram essas reportagens fazendo suas interpretações dos possíveis resultados que a confirmação de determinado apoio poderia trazer para as candidaturas de Geraldo Alckmin e José Genoíno. O único caso do tipo **interpretativo indireto** apareceu quando a apresentadora do telejornal fez sua interpretação, mas se baseando nas interpretações de um cientista político.

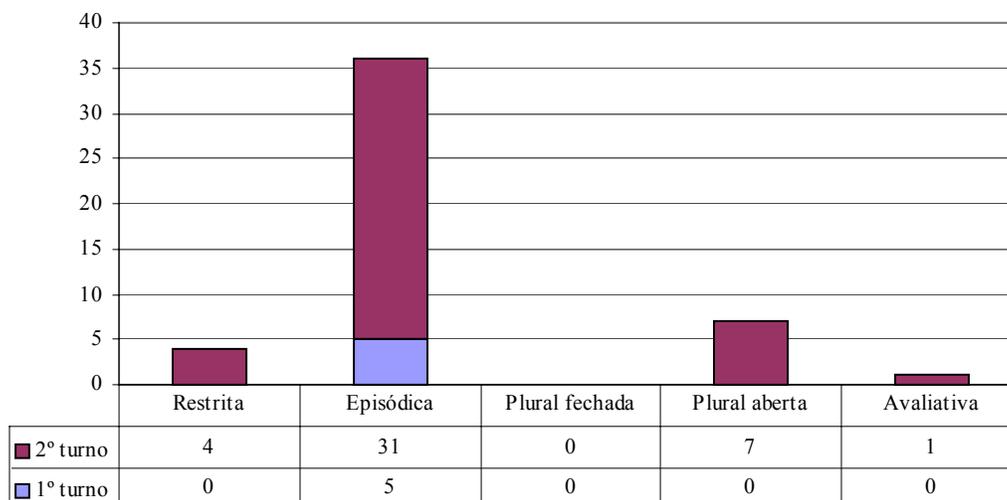
**Tipo de enquadramento da matéria do Subtema Aliança por períodos**



(total de matérias:15)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

### Tipo de enquadramento da matéria do Subtema Apoios por períodos



(total de matérias: 48)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

Mais uma vez o tipo de enquadramento **episódico** foi o mais utilizado pelas matérias para os subtemas **aliança** (10 casos) e **apoios** (36 casos), conforme a tabela acima, mas havendo alguns casos com os outros tipos de enquadramentos. No subtema **aliança**, no primeiro turno, verifica-se 03 casos da **plural aberto** e 01 caso da **plural fechado**, nesse caso, significa que uma das candidaturas foi mais valorizada. Já no segundo turno apareceu apenas 01 caso com o tipo **plural aberto**. Durante o primeiro turno o subtema **apoios** apresentou um único tipo de enquadramento em suas matérias, o **episódico** com 05 casos, porém no segundo turno têm-se três tipos, 04 casos que divulgaram apenas a informação para uma das candidaturas, portanto **restrita**, 07 casos nos quais nenhuma das candidaturas foram valorizadas sendo **plural aberto** e, 01 caso em que matéria teve um enfoque mais **avaliativo**.

As transcrições das matérias abaixo servem para ilustrar dois dos casos com o enquadramento do tipo **restrito** sobre o subtema **apoios**.

**Apresentadora** – O que o Sr acredita que possa fazer maior influência sobre o eleitor que ainda está indeciso ou que então vá mudar de opinião em relação ao voto? É o fato de ter

Lula como candidato a presidência, o fato de ter a prefeita Marta Suplicy também ser do partido e ser a prefeita da capital? O que o Sr acredita que influencie na escolha, opção pelo candidato José Genoíno ao Governo do Estado?

**Luiz Marinho** – Na verdade é uma somatória desse conjunto de elementos, há um sentimento de mudança muito grande em toda a sociedade, especialmente puxada pela candidatura do Lula e isso certamente vai nos favorecer na hora do voto. Quem vai votar 13 tem a opção de votar 13, duas vezes, eu acho que isso pode fazer a diferença. Além de estarmos governando uma grande parcela da população do estado de São Paulo e estar diminuindo cada vez mais o índice de rejeição do PT. E o Genoíno ser um candidato fantástico e estar preparado para governar o Estado de São Paulo, e estar preparado inclusive para romper com este Estado virtual que o Geraldo tanto fala na televisão. O estado que não tem desemprego, que não tem problema na saúde, na segurança. O estado que não tem problema na educação com a chamada aprovação automática. Nós vamos apresentar...(...)

**Apresentadora** – O que o Sr particularmente achou do apoio do candidato Paulo Maluf, o candidato derrotado?

**Luiz Marinho** – Um ato de coerência uma vez na vida, porque o Maluf fez oposição ao Alckmin durante 8 anos, trabalhou por mudança na sua eleição e esses 4 milhões de eleitores que votaram no Maluf querendo alguma mudança, podem votar tranquilamente em José Genoíno, porque nós vamos implantar não as mudanças que Maluf propunha, mas as mudanças que nós propomos, para gerar emprego, para diminuir a praça de pedágio, para acabar com a aprovação automática na rede pública estadual, para melhorar a qualidade de saúde, para valorizar a agricultura, especialmente a agricultura familiar, porque nós precisamos reforçar o papel da agricultura no nosso Estado.

**Apresentadora** – o Sr acredita que esse apoio vai fazer realmente a diferença. Ele teve mais de 4 milhões de votos, o Sr acredita que ajuda?

**Luiz Marinho** – especialmente, eu acho que as propostas que nós estamos apresentando com muita clareza para a população do Estado de São Paulo. Agora, o fato de o Maluf apoiar para nós pode reverter à decisão de vários malufistas que iria votar no Alckmin, agora está vendo que a sua liderança vai votar no Genoíno pode trazer essa votação para nós, e nós estamos recebendo, portanto, com muita satisfação essa declaração de voto.

(Imagem de estúdio) **(Rede Globo, Bom Dia SP, 23/10/02)**

**Apresentadora** – Como nós acabamos de ver Paulo Maluf anunciou apoio ao candidato do PT, José Genoíno. De que maneira isso pode alterar a vantagem que Geraldo Alckmin tem hoje nas pesquisas?

**Cláudio Lembo** – Não vejo que vai alterar, não. Porque acho absolutamente normal que o Sr Paulo Maluf apoiasse o candidato Genoíno. Os dois extremos sempre se aproximam, a direita e a esquerda são sempre muito parecidas. Daí vai ser muito normal e absolutamente natural que os dois estivessem juntos.

**Apresentadora** – Mas, são 4 milhões de votos, o Sr não acredita que a opinião de Paulo Maluf possa influenciar a decisão final dos eleitores?

**Cláudio Lembo** – Não, não creio não. Porque o eleitor do Sr Paulo Maluf é um eleitor consciente, de classe média que saberá fazer uma análise muito reflexiva de qual o melhor candidato. E não há dúvidas de que irá votar em Geraldo Alckmin. Tenho consciência disso, não por uma posição subjetiva, mas por objetivamente ter percorrido a capital e o interior de São Paulo.

(Imagens de estúdio) **(Rede Globo, Bom Dia SP, 22/10/02)**

Como foi analisada anteriormente, a duração das matérias sobre **Programa de Governo** não está relacionada ao número dos candidatos envolvidos na disputa, mas o mesmo não é válido para as matérias que tratavam do subtema **Declarações**, isso porque somente o próprio candidato podia dar uma declaração, já sobre seu programa de governo uma outra pessoa podia comentá-lo, tal como seu vice, assessores ou até mesmo suas esposas, como as transcrições abaixo com os candidatos a vice dos candidatos.

**Apresentadora** – A gente viu agora a pouco o comentário de Carlos Nascimento sobre a necessidade de acelerar o desenvolvimento no interior, como fazer isso?

**Cláudio Lembo** – Isto está sendo feito com grande capacidade pelo governador Geraldo Alckmin. São as FATECs que estão criando uma tecnologia nova, estudos novos para criar um nível médio de ensino hoje em SP. Depois os aeroportos internacionais que são os famosos “portos secos” para a exportação direta de São Paulo para o resto do mundo, diretamente do interior de São Paulo. As estradas atingiram todo o Estado de São Paulo, a malha é enorme são mais de 30 mil quilômetros de rodovias. Portanto, acredito que o Governador Geraldo Alckmin poderá agora que as finanças estão absolutamente em ordem, acelera e avançar o progresso de São Paulo.

**Apresentadora** – O Sr é reitor do Mackenzie. O Sr é uma pessoa que trabalha diretamente com a educação. E essa é uma área que vem recebendo muitas críticas. Nos programas eleitorais a gente vê vários candidatos falando que vão acabar com a progressão continuada. Afinal, qual é a desvantagem e quais são as vantagens da progressão continuada, o Sr é a favor?

**Cláudio Lembo** – Eu sou a favor sim, e vejo só vantagem. Isto é um tema que foi tratado muito tranqüilamente por Paulo Freire, e Paulo Freire mostrava que é muito mais importante preservar o aluno, mesmo que tenha tido deficiências intelectuais passageiras, que toda a gente tem, no interior da escola. O mal é lançar a criança o adolescente às ruas. Aí sim, é um gesto não de educador, mas sim daquela figura do passado que usava a palmatória para expulsar o aluno da escola. Manter na escola o aluno com a progressão continuada é absolutamente humano, é uma nova forma de educar e de preservar a dignidade da criança e do adolescente. (Imagens de estúdio) (**Rede Globo, Bom Dia SP, 22/10/02**)

**Apresentadora** – O Sr mencionou agora a pouco os pedágios. Dá para melhorar as estradas de São Paulo sem cobrar pedágios?

**Luiz Marino** – Evidente que nós precisamos de pedágios. Não estamos dizendo que não vamos cobrar pedágio. O que nós estamos questionando é o fato de não estar sequer respeitando a lei de concessão das estradas paulistas. Há uma distancia que tem que ser respeitada, que não estão sendo respeitada. Por essa razão nós vamos diminuir a quantidade de pedágios nas estradas paulistas e vamos rediscutir com as empresas concessionárias as tarifas de pedágio. Agora, nós precisamos observar que tem várias estradas no Estado de São Paulo, hoje totalmente esburacadas. Não dá para ter estradas pedagiadas, com perfeita situação e outras vicinais que tem, inclusive que, onde se escoia a produção da agricultura está totalmente esburacada. É o caso da SP 425, 326, 356, 304. Outras totalmente

destruídas, como é o caso da Rodovia dos Barrageiros, que vai de Ilha Solteira a Santa Fé do Sul, SP 310, que vai de Floreal até Bandeirante...

**Apresentadora** (interrompendo) – Como dar atenção especial a todas essas rodovias que são menores, ou que são vicinais?

**Luiz Marino** – Nós precisamos ter uma discussão da malha viária, de forma integrada...

**Apresentadora** (interrompendo) – O Sr falou agora a pouco de escoamento da produção. Uma ferrovia não seria uma solução, mais adequada para o Estado de São Paulo?

**Luiz Marino** – O nosso plano leva em consideração a hidrovia, a recuperação das ferrovias. Porque inclusive, tem várias cidades que dependia da rede ferroviária que hoje está totalmente abandonada, totalmente sucateada. Nós precisamos recuperar as rodovias, integrar com a hidrovia, integrar com as rodovias e também com o transporte aéreo para ter um desenvolvimento para valer no Estado de São Paulo, e a logística é parte importante disso. (Imagens de estúdio) (**Rede Globo, Bom Dia SP, 23/10/02**)

No segundo turno a frequência e a duração das matérias que traziam declarações dos candidatos foram maiores do que no primeiro turno devido ao fato de haver apenas dois candidatos na disputa, podendo assim, inserir mais matérias com falas dos candidatos. Verificou-se através da análise dos dados pesquisados sobre os telejornais que durante o primeiro turno, aparecia muito a imagem do candidato sem fala<sup>50</sup> enquanto que no segundo turno, geralmente, a imagem do candidato era acompanhada com uma fala do próprio.

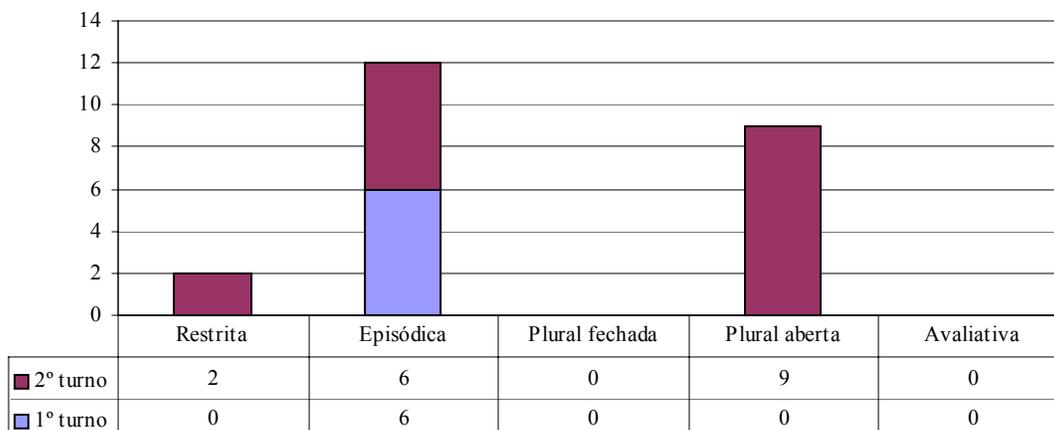
As matérias sobre o subtema **declarações** foram apresentadas na maioria dos casos analisados com o enquadramento **informativo** (17 casos), confirmando-se apenas 06 casos, durante o segundo turno, que foram do tipo **interpretativo**, quando os apresentadores fizeram alguma interpretação sobre as declarações dos candidatos.

Os enquadramentos das matérias a respeito das declarações dos candidatos foram unicamente do tipo **episódico** (06 casos) no primeiro turno, enquanto que no segundo turno a maioria das reportagens foi do tipo **plural aberto** com 09 casos. Esse dado confirma a neutralidade que prevaleceu na cobertura dos telejornais sobre a disputa de 2002 para o governo do Estado, mesmo havendo 02 casos do tipo **restrito**, uma vez que o número total de casos com o subtema **declarações** foi dezessete, conforme tabela a seguir.

---

<sup>50</sup> Nesse tipo de matéria o apresentador em *off*, informava os fatos relacionados aos principais candidatos com as imagens desses.

### Tipo de enquadramento da matéria do Subtema Declarações por períodos

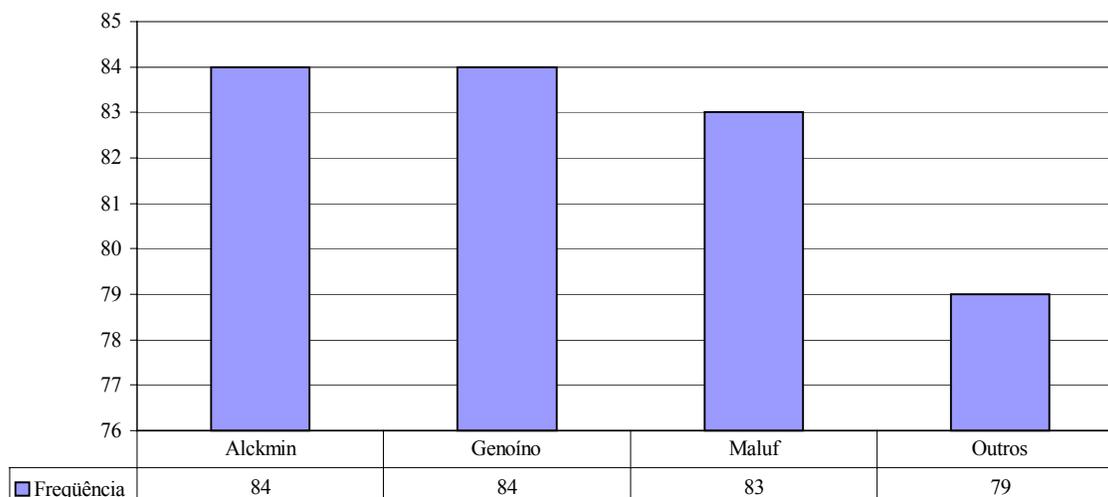


(total de matérias: 23)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

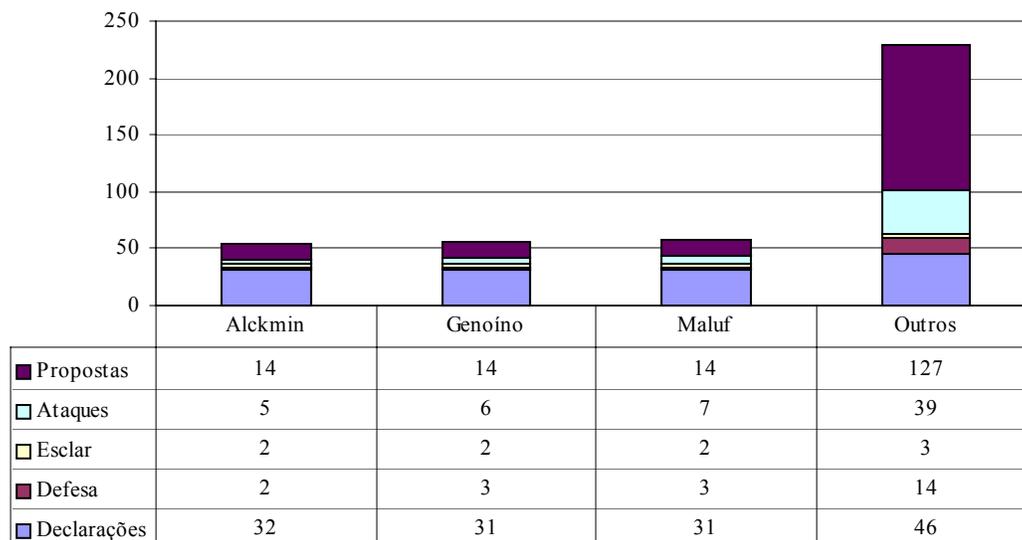
As imagens dos candidatos a governador ocuparam o tempo do noticiário, nos telejornais analisados, na quantidade e na proporção que suas posições nas pesquisas eleitorais estabeleceram. Assim aconteceu nas imagens sem fala e nas imagens associadas a entrevistas ou depoimentos.

### Imagem dos Candidatos sem fala - 1º turno



Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

### Candidatos - geral



(Total nº de matérias 1º Turno: 333)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

Nota-se o predomínio e o equilíbrio dos principais candidatos ao governo do Estado no tempo de exposição no primeiro turno. Aos candidatos mal posicionados nas pesquisas eleitorais, as televisões reservaram tempos mínimos.

Sendo assim, cabe indagar da postura adotada nas entrevistas do Primeiro Turno das eleições para governador no SPTV 2ª edição, de acuar o candidato Paulo Maluf, questionando suas propostas para a segurança, como neste trecho de entrevista:

(...)Carlos Tramontina - pois é! Por falar em proposta de governo, o senhor diz que a Rota , no governo do senhor, vai para a rua, vai quente para a rua. O que quê o senhor quer dizer com isso, que ela vai agir acima da Lei? Paulo Maluf: Não! Ela vai agir dentro da Lei. O que eu vou dizer é que eu vou colocar... Carlos Tramontina: mas o governo diz que ela já tá na rua e que age dentro da lei; então o que quê há de diferente nisso? Paulo Maluf: Não, ela... ela não tá na rua e se você mandar a equipe de jornalistas da Rede Globo hoje na rua, você dificilmente vai encontrar um carro da Rota. Carlos Tramontina: então o quê que é diferente? Paulo Maluf: a diferença é o seguinte, hoje o soldado tem medo do bandido, por que o tal do Proar que foi provisoriamente extinto fazia com que enquanto o soldado trocasse tiro com o bandido era o soldado que era preso, então você veja o absurdo... Carlos Tramontina: mas o Proar já acabou.(...)” .

O mesmo procedimento ocorre no SPTV 1ª edição, com os jornalistas Chico Pinheiro e Sandra Anenberg abrindo a entrevista com Paulo Maluf com perguntas sobre contas bancárias no exterior, processos e condenações judiciais envolvendo o candidato. Parece haver mesmo uma decisão política e editorial de apresentar aos espectadores (eleitorado) o *pior* lado do candidato:

**Apresentador (Chico Pinheiro)** – Os candidatos se comprometeram a não usar as entrevistas, ou parte dessas entrevistas, nos seus programas no Horário Obrigatório no Rádio e na Televisão. (...) Boa tarde, candidato Paulo Maluf. Então, vamos começar com a primeira pergunta. (...) nós tentaremos tirar algumas dúvidas de eleitores sobre temas polêmicos, sobre possíveis contradições de cada candidato, cada candidatura. E o senhor, depois de ter deixado a Prefeitura de São Paulo, o senhor viu aí que surgiram algumas denúncias sobre contas no exterior. A pergunta que eu faço é a seguinte: o senhor tem ou teve conta no exterior?

**Paulo Maluf** – Obrigado à Rede Globo, e parabéns à Rede Globo por essa iniciativa, de trazer os principais candidatos para este debate com jornalistas. Respondendo à sua pergunta: não tenho conta em nenhum lugar fora do Brasil.

**Sandra Anenberg** – Candidato, o Ministério Público Estadual tem documentos da polícia federal suíça, que informam que o senhor já teve contas de 1985 a 1997 naquele país. Como o senhor explica isso?

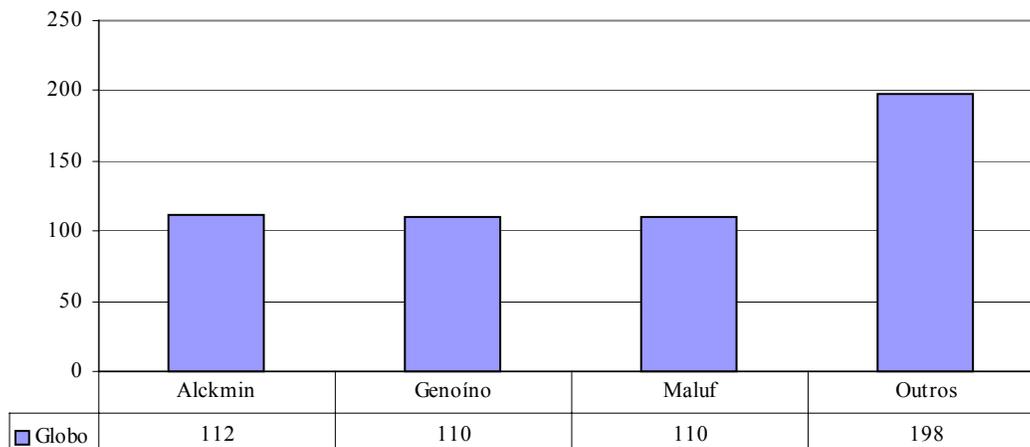
**Paulo Maluf** – Sandra, o que me espanta é que eu tenho o maior apreço pelo Ministério Público como instituição, mas não tenho nenhum apreço por um ou outro membro do Ministério Público que quer usar a instituição como partido político. O que eu quero dizer é que eu não tenho conta no exterior, definitivamente. (...). Essas coisas são sempre assim: você está em primeiro lugar na campanha eleitoral, começam as mentiras a seu respeito, depois da campanha elas se esquecem (...)

**Chico Pinheiro** – Olha, várias vezes, candidato, o senhor é alvo de várias denúncias, acusações. No Superior Tribunal de Justiça, 38 processos já passaram por lá citando o seu nome. Na Justiça de São Paulo, na 13 ações civis públicas. No Ministério Público do Estado, 47 investigações estão em andamento. A maioria dessas acusações diz respeito a irregularidades administrativas durante seus governos. (...)

**Sandra Anenberg** – O senhor não teria sido condenado no caso “Jorge Gasaglia”?

A distribuição das imagens dos candidatos por emissoras apresenta, além da predominância dos candidatos melhor cotados nas pesquisas eleitorais, a proporção do número dos imagens relativa à audiência das emissoras. Assim, a emissora de maior audiência (Globo) foi a que mais imagens de candidatos mostrou, dentre as emissoras e telejornais estudado. Esta diferença obedeceu ao critério de privilegiar os candidatos melhor posicionados nas pesquisas eleitorais.

### Candidatos - Rede Globo

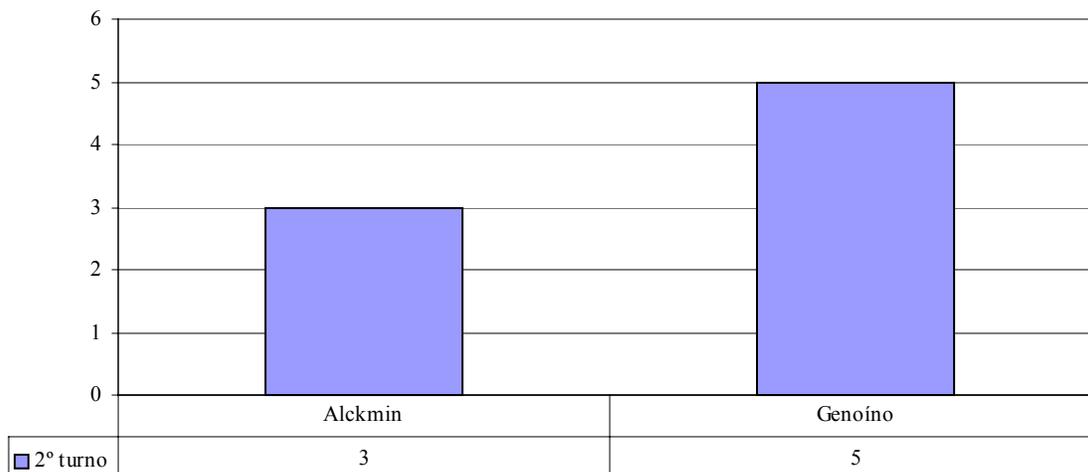


(O gráfico mostra apenas a Rede Globo, uma vez que a aparição dos candidatos nas demais emissoras não foi de grande relevância)

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

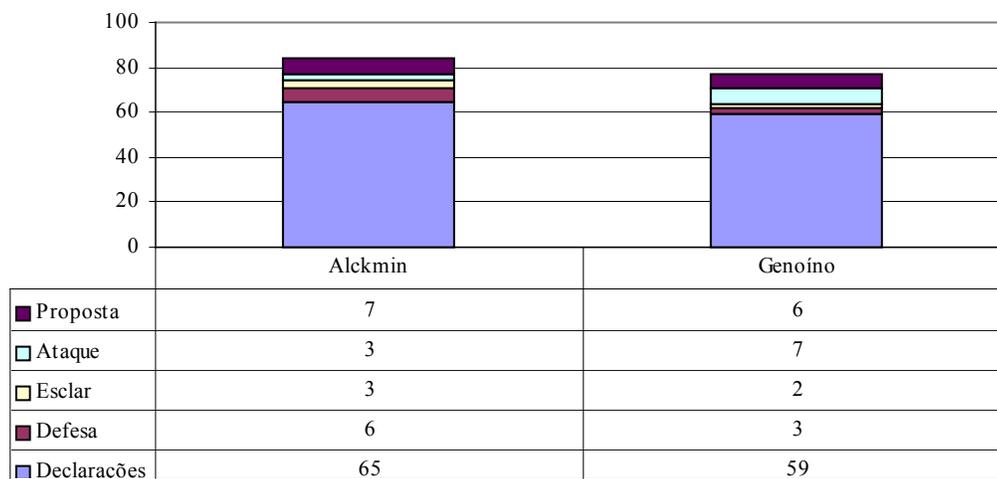
No Segundo Turno das eleições para governador, não se verificou vantagem significativa na distribuição de imagens e depoimentos (falas) para o candidato que possuía vantagem nas pesquisas eleitorais (Geraldo Alckmin). Devido à Lei Eleitoral, a distribuição das imagens e do tempo de depoimentos deveria obedecer ao princípio do equilíbrio das aparições e tempo de fala para os dois candidatos. Neste aspecto, a Lei impediu que decisões políticas e editoriais interferissem na apresentação e discussão das propostas dos candidatos. Os gráficos a seguir mostram como esse princípio foi respeitado.

### Imagem dos Candidatos sem fala - 2º turno



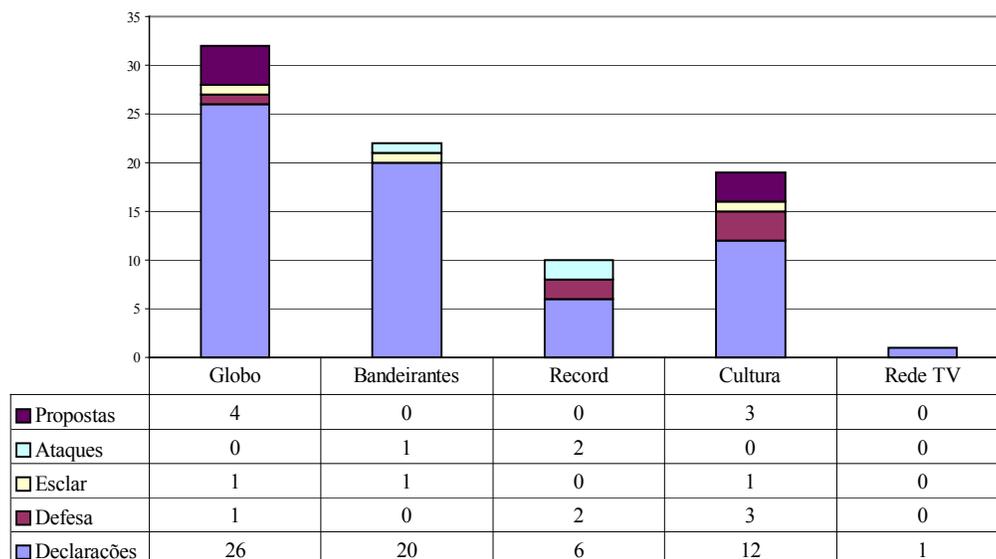
Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

### Imagem dos Candidatos com fala - 2º turno



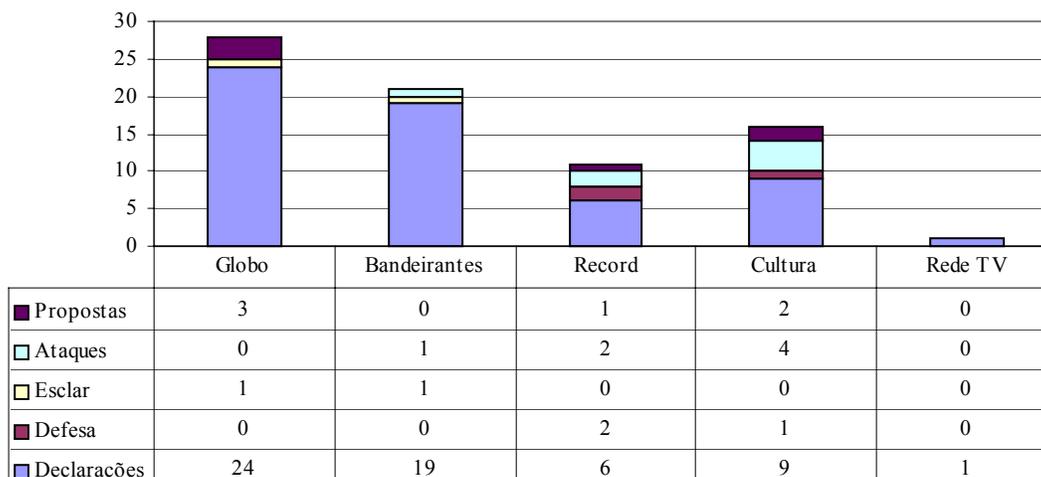
Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”. (Total nº de matérias 2º Turno: 231)

### Alckmin - Imagem com fala por Emissoras 2º turno



Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”. (Total nº de matérias 2º Turno: 231)

### Genóio - Imagem com fala por Emissoras 2º turno



Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”. (Total nº de matérias 2º Turno: 231)

Nas entrevistas ao SPTV 2ª edição, no Segundo Turno das eleições para governador do Estado de São Paulo (2002), surgem dois candidatos (Geraldo Alckmin e José Genoíno) semelhantes nas propostas apresentadas. Tanto Genoíno (PT) quanto Alckmin (PSDB) comprometeram-se com melhorias na segurança e com medidas para criação de empregos:

**“(...)Carlos Tramontina** - Uma questão sobre segurança, o senhor anunciou nesses últimos dias que a polícia vai adotar uma linha dura se o senhor foi eleito governador. Isso quer dizer que o seu partido tá mudando de atitude ou mudando de atitude para a área de segurança pública?

**José Genoíno** - Nós não estamos mudando, eu trabalho com esse tema segurança pública há 12 anos no Congresso Nacional, e sou dentro do PT um dos especialistas, e o meu programa de governo é muito claro sobre segurança pública, a linha dura é agir dentro da lei com firmeza e com energia, mas não basta só com a linha dura não descambar pra a truculência e no meu governo não vai descambar, é ter uma polícia de prevenção, uma polícia da comunidade e (...), inteligência, é a tecnologia para se antecipar ao crime, (...)

**Carlos Tramontina** - então o policial vai ter um aumento separado do restante do funcionalismo público que pode ser até maior ou não?

**Geraldo Alckmin** - Não...nós teremos para o ano que vem, Tramontina, R\$ 1,7 bilhão a mais pra pessoal, isso tá previsto no orçamento de 2.003. (...) se eu for governador o ano que vem a comissão de política salarial é que discute, mas a minha prioridade para o próximo mandato é (...) investir no treinamento, na integração das policias e na inteligência da polícia (...)

**Carlos Tramontina** - na última entrevista aqui no SPTV, nesse estúdio, o senhor terminou aquele nosso encontro falando que a prioridade de governo do senhor era emprego, emprego, emprego. Mas parece que o senhor ainda não conseguiu convencer os eleitores de que realmente vai criar 2,5 milhões de empregos conforme o senhor prometeu, e a prática, como é que o senhor vai criar essas vagas?

**José Genoíno** - eu estou no 2o turno porque o discurso de gerar emprego, de criar emprego ganhou o apoio de parcelas importantes da população desse estado. Vamos gerar emprego da seguinte maneira, primeiro vamos com as empresas diminuir o ICMS se as empresas contratarem jovens e as pessoas acima de 40 anos que querem uma nova chance, isso cria emprego no estado de São Paulo sem diminuir a arrecadação. (...)

**Carlos Tramontina** - (...) Nas campanhas eleitorais os candidatos citam muito que vão fazer para o emprego, mas a gente sabe para criar vagas, mas a gente sabe que a situação econômica do país é muito difícil. Eu queria que o senhor citasse, por favor algo que o senhor considera que poderá ser feito e que na prática vai criar empregos para valer.

**Geraldo Alckmin** - (...) isso depende do crescimento da economia (...) São Paulo, apoio a pequena empresa, nós já estamos reduzindo imposto para micro e pequena empresa, 558.000 micro e pequenas empresas. (...) (grifos nossos)

Talvez possamos dizer que um diferencial, em uma análise distanciada das eleições, no aspecto político – eleitoral, surge da leitura das entrevistas transcritas na pesquisa. Nos programas SPTV 1ª e 2ª edição, no primeiro turno, Paulo Maluf foi acuado pelos jornalistas Chico Pinheiro, Sandra Anenberg e Carlos Tramontina, e perdeu a eleição, deixando de ir para o segundo turno, que foi disputado pelos candidatos Geraldo Alckmin e José Genoíno. No segundo turno, Paulo Maluf pode ter sido usado de maneira negativa ao ser citado como apoio à candidatura de José Genoíno, do PT, nas entrevistas dos candidatos Alckmin e Genoíno ao SPTV 1ª edição:

**Carlos Tramontina** - Nós vamos entrevistar agora o candidato do PSDB ao governo de São Paulo, Geraldo Alckmin. (... O senhor acha que o fato de Maluf recomendar o voto ao PT para os malufistas muda alguma coisa no quadro eleitoral, trás algum impacto no quadro eleitoral de São Paulo? (...)

**Carlos Tramontina** - nós falamos e eu citei Paulo Maluf, o que quê o senhor tem em comum com Paulo Maluf para tentar convencer os eleitores malufistas a votarem no senhor no 2o turno?

No primeiro turno, Geraldo Alckmin, José Genoíno e Paulo Maluf superaram, individualmente (26'10''; 26'50'' e 24'36'', respectivamente) , o tempo das matérias sobre os candidatos *nanicos* (12'20''). No caso de Geraldo Alckmin, destaque-se que as matérias em que aparece no exercício do Governo do Estado acrescentam, subliminarmente, 06'26'' ao tempo das matérias em que aparece como candidato ao Governo (26'10'').

No segundo turno, a diferença entre o tempo das matérias com o candidato Geraldo Alckmin (04h32min30seg) e com o candidato José Genoíno (03h58min03seg) ultrapassa os 30 minutos.

Em entrevista dada ao SPTV no primeiro turno, José Genoíno apresenta-se como negociador, apoiando-se em sua experiência como líder partidário (PT) no Congresso (Câmara dos Deputados); como especialista em segurança pública, com 12 anos de experiência no Congresso Nacional e como participante da elaboração do projeto de segurança do candidato Lula (Presidência). Apóia-se em experiências de prefeituras do PT para a área da educação, apresenta proposta de criação de uma “agência de desenvolvimento regional” para o desenvolvimento da economia no interior do Estado de São Paulo e fixa o emprego como prioridade de seu governo.

Na mesma série do SPTV, Paulo Maluf e Geraldo Alckmin foram entrevistados por Carlos Tramontina.

Paulo Maluf defendeu sua posição de líder nas pesquisas de intenção eleitoral, quando, após liderar todas as pesquisas desde o começo da campanha eleitoral, apareceu em empate técnico na pesquisa Ibope. O candidato lembrou ao repórter que estava em primeiro lugar, com 10 pontos percentuais de vantagem em duas outras pesquisas (Data Folha e Vox Populi), exibindo sua habitual confiança na vitória. Ao falar de segurança pública, retomou o conhecido bordão de “colocar a Rota na rua” e comprometeu-se a valorizar a atuação repressiva da Polícia Militar. Na área educacional, Paulo Maluf propunha modificações no sistema de progressão continuada, em vigor no governo Covas/Alckmin, e retomou a proposta de estender a experiência que realizou no município de São Paulo de trocar leite em pó pela presença das crianças no ensino fundamental (Leve-leite). A saúde foi outra área em que o candidato retomou propostas de campanhas anteriores, fazendo a defesa do PAS, mesmo quando o jornalista lembrou-lhe que o programa “acabou envolvido em denúncias de corrupção gravíssimas”. Mudanças no sistema de cobrança de pedágios e compromisso de acelerar as obras do Rodoanel foram outros destaques da entrevista do candidato Paulo Maluf, caracterizando a montagem de um programa voltado para o eleitorado típico do candidato (classe média baixa conservadora):

“Nós estamos num tranqüilo 1º lugar nas pesquisas (...)você tem três pesquisas: Data Folha, Ibope e Vox Populi, eu duas eu estou bem distanciado, na outra eu estou empatado, então eu estou muito tranqüilo, estou num bom primeiro lugar, vamos pra o 2º turno e vamos ganhar a eleição. (...)Se ele (soldado da PM) inclusive arriscar a sua própria vida ele será promovido, a Rota vai quente para a rua e a população vai saber que eu vou combater a violência, os Fernandinhos beira mar aqui em São Paulo não terão vez. (...) ... a progressão continuada vai passar para ser progressão avaliada, o garoto vai fazer exame, vai fazer provinha, se não souber faz recuperação, se não souber faz 2a época, mas você mãe que tá me ouvindo seu filho vai passar de ano sabendo. (...) (respondendo sobre as denúncias de corrupção no PAS) ... denúncia de corrupção hoje vote tem no rodoanel, você tem na construção do metrô, você tem no CDHU, você tem no governo do estado de São Paulo milhares de denúncias de corrupção, você tem corrupção na polícia... (...) Então, o pedágio em todo mundo requer uma rota alternativa, uma rota de fuga e eu vou fazer (...) das 11 da noite as 6 da manhã, nem automóvel, nem caminhão e nem ônibus vai pegar pedágio (...) Demorou 8 anos para fazer 14 quilômetros, são 160, no mesmo ritmo vai demorar 80 anos. O Paulo Maluf vai terminar o rodoanel na sua gestão de quatro anos, em quatro anos eu termino todo rodoanel.”

Na entrevista que concluiu a série, no primeiro turno, o candidato Geraldo Alckmin defendeu medidas que o governo Covas Alckmin tomou com relação ao desemprego, tributos e educação (o “Simples Paulista” e a “progressão continuada”); medidas técnicas e administrativas na área da segurança (treinamento, equipamentos, lei orgânica da polícia civil etc), defendeu o sistema de cobrança de pedágios nas rodovias estaduais e contestou a informação de que os funcionários públicos estaduais não recebiam aumentos salariais há 8 anos.

Cumprido destacar a participação do jornalista Carlos Tramontina (SPTV 2ª edição, TV GLOBO), que não apenas fez perguntas previamente formuladas pela redação e/ou analisadas pelas assessorias dos candidatos, mas comentou as respostas e retomou o questionamento quando as respostas não eram satisfatórias, atuando como âncora e provocando reações dos entrevistados. Em se tratando de um veículo como a TV Globo, essa mudança de atitude permitida ou induzida, seja por decisão editorial, seja por conveniência política, trouxe à audiência (o eleitorado) um diferencial de qualidade na informação que pode ter contribuído para a mudança na decisão eleitoral (o voto). A contribuição para a cidadania da programação “comunitária”, com a participação de representantes do poder público e da sociedade civil em discussões públicas sobre problemas do município, insere-se também nessa mudança da linha editorial da emissora e merece análise específica.

Para finalizar este item, deve-se observar que a frequência dos subtemas que constituíam o tema **candidatos** está relacionada ao período eleitoral da disputa, o que justifica o fato de alguns estarem mais concentrados em um dos dois turnos. A pauta jornalística ao utilizar o enquadramento “corrida de cavalos” se dispensa da obrigação de dar o mesmo espaço a todos os candidatos envolvidos na disputa, uma vez que vincula a produção de suas reportagens com a divulgação dos resultados das pesquisas eleitorais, portanto, não faz sentido ocupar uma parte de sua duração diária divulgando matérias sobre os candidatos que nem são citados nesses levantamentos.

Sobre os enquadramentos que essas matérias tiveram com relação ao apresentador mais uma vez confirma-se a presença predominante do tipo **informativa**, inclusive verificando-se que os do tipo **interpretativa indireta** e **avaliativa** apareceram em apenas em 03 matérias durante todo o período eleitoral. Apesar de ser numericamente inferior ao

tipo **informativa**, o enquadramento **interpretativa** apresenta um dado curioso. Quando se compara o primeiro e o segundo turno percebe-se que esse enquadramento apareceu apenas em 01 matéria durante o primeiro turno enquanto que no segundo turno foram 15 matérias, concentradas nos subtemas **declarações** (06 matérias) e **apoios** (04 matérias).

Através da análise dos enquadramentos das matérias encontra-se a segunda confirmação, sobre a neutralidade da cobertura jornalística da campanha eleitoral para o governo estadual em 2002. O tipo de enquadramento que mais prevaleceu foi o **episódico**, na qual a notícia é apenas relatada e, não há qualquer interpretação sobre os fatos. A baixa frequência dos tipos **restrita**, **plural fechada** e **avaliativa** reforçam a afirmação, demonstrando que nenhum dos candidatos obteve maior espaço dentro dos telejornais e, nem que a pauta desses também serviram para favorecê-los, podendo ser confirmado pela análise da frequência do enquadramento **plural aberto**, sendo maior que a soma dos três tipos de enquadramentos anteriormente citados.

Apesar de não tratar da mesma forma todos os candidatos, a cobertura jornalística sobre a disputa ao governo do Estado em 2002 foi equilibrada, já que na maior parte, os apresentadores foram informativos, relatando apenas o evento e, com o enquadramento **episódico** em suas matérias. Um ponto positivo deve ser destacado sobre o fato das emissoras não dedicarem o mesmo espaço para todos os candidatos, ficando centralizadas nos candidatos que realmente apresentaram uma chance de serem eleitos: o fato de poderem divulgar mais matérias sobre o programa de governo desses candidatos e, como foi analisado anteriormente, a duração dessas reportagens foi significativa durante o primeiro turno.

Portanto, verifica-se que os telejornais não favoreceram nenhum dos candidatos, pois durante o primeiro turno as matérias com declarações dos candidato tiveram uma baixa frequência, devido ao fato das reportagens se limitarem a colocar sua imagem sem fala nas matérias. No segundo turno, com apenas dois candidatos, o número de casos das matérias com declarações foi maior.

### e) Governo Covas e Alckmin

A presença do subtema **Governo Covas e Alckmin** se justifica ao possibilitar a associação entre a candidatura de Geraldo Alckmin, vice do governador Mário Covas, e a crítica ao governo passado pela cobertura jornalística e por declarações dos candidatos. Assim, toda vez que há referência sobre o Governo Estadual, a matéria é inserida nessa classificação.

Para ilustrar, um exemplo desta temática, temos um exemplo de um candidato (Paulo Maluf) tecendo críticas ao uso da máquina do Estado na campanha de Alckmin:

**Paulo Maluf** - Fiz uma campanha limpa séria não ataquei ninguém, fui agredido. A minha campanha foi do tostão contra o trilhão, do governo que usou a máquina. Vamos para o 2º turno e o povo vai nos dar a vitória **(SP TV 2ª edição, 05/10/02)**

Outro exemplo é o próprio candidato Alckmin que comenta a lei eleitoral que o impede de inaugurar obras durante o período do pleito:

**Repórter** – Geraldo Alckmin só saiu do Palácio para vistoriar as obras do rodoanel. O trecho oeste liga cinco importantes rodovias que cortam SP em direção a outros estados. (Legenda escrita – Jornada Dupla).

**Repórter** – Geraldo Alckmin chegou aqui de helicóptero (imagem do helicóptero), Estava no Palácio dos Bandeirantes cumprindo a agenda de candidato, aonde concedeu a entrevista exclusiva de 20 minutos a uma emissora de rádio. Ele não vê problema algum em misturar a agenda de Geraldo candidato e Alckmin governador.

(Imagem de Geraldo Alckmin em manga de camisa, andando na obra).

**Repórter** – O governador garantiu que irá cumprir a lei, e não vai participar da inauguração do novo trecho do rodoanel na próxima 6ª feira.

**Geraldo Alckmin** – Eu acho até uma injustiça não poder participar da inauguração. Porque você faz a obra, planeja a obra e na hora de entregar não pode entregar. Mas eu cumpro a lei, então eu não vou participar da festa. **(Bandeirantes, Jornal da Band, 08/10/02)**

A frequência deste tema foi de 30 citações ou o equivalente a 5,3% das aparições gerais, inclusos o 1º e o 2º turno. A duração total do tempo das aparições foi de 1:35:11 (uma hora, trinta e cinco minutos e onze segundos), somando os dois turnos.

Dessas reportagens, 19 foram mostradas no período do 1º turno e 11, no período do 2º turno. Uma possível explicação para que mais de 60% dessas reportagens tenham sido abordadas no 1º turno é que esse período de análise foi o momento de confrontos maiores, pelo fato de terem 15 candidaturas em disputa.

Dentro do item de enquadramento do apresentador, 26 citações foram consideradas informativas, incluindo todas do segundo turno, sendo que 15 no 1º turno e 11, no 2º turno.

Na abordagem do item de enquadramento da matéria, somados 1º e 2º turnos, 21 foram classificadas como episódicos, cinco avaliativas, três como restritas e uma como plural fechada.

Uma parte considerável das citações críticas ao governo Covas e Alckmin (40%) eram de divulgação de pesquisas de opinião que avaliavam o desempenho do candidato enquanto governador.

#### **f) A TV Globo e a série especial “Eleições 2002”**

##### **Série “Eleições 2002”**

Novamente a Rede Globo programou para as eleições ao governo do estado, uma série especial sobre “Eleições 2002”, que deveria ser retransmitida por todas as suas afiliadas, e tinha como objetivo discutir questões gerais como a importância do voto, problemas dos estados brasileiros envolvendo temas como a corrupção, o papel dos deputados e do governador. Estas matérias deveriam ser retransmitidas no horário dos telejornais locais. No caso específico de São Paulo, o programa responsável para esta veiculação foi o SP-TV 1ª e 2ª edição.

A rede Globo priorizou novamente uma visão mais imparcial e de distanciamento das candidaturas e a tentativa de preservar a objetividade na cobertura jornalística das eleições estaduais de 2002.

No quadro abaixo se pode observar a importância do jornalismo na Rede Globo:

### Frequência dos telejornais da Rede Globo por períodos

Telejornais	Períodos					
	Geral		1º Turno		2º Turno	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Bom Dia SP	120	21,2%	74	22,0%	46	20,0%
Bom Dia BR	06	1,1%	01	0,3%	05	2,1%
SPTV 1ª Ed.	88	15,7%	60	18,0%	28	12,1%
SPTV 2ª Ed.	128	22,7%	93	28,0%	35	15,1%
Jornal Hoje	04	0,7%	01	0,3%	03	1,3%
Jornal Nacional	19	3,3%	13	3,9%	06	2,6%
Jornal da Globo	03	0,5%	02	0,6%	01	0,4%
Total da emissora	368	64,2%	244	73,2%	124	53,7%
Total das matérias	564	100%	333	100%	231	100%

Fonte: Dados da pesquisa “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo de 2002”.

Do total de 564 matérias encontradas em todos os telejornais pesquisados, observa-se que 64,2% do total (368 matérias), são referentes aos telejornais da Rede Globo. O telejornal que mais cobriu as eleições para o governo do estado foi o SP-TV 2ª edição, com 22,7%, seguida do programa Bom Dia São Paulo, com 21,2% das matérias gerais.

Nestas eleições, a Globo manteve a tendência utilizada pelo telejornalismo norte-americano conhecido como *Civic Journalism* ou jornalismo comunitário, que tem por objetivo estimular os eleitores a votar, destacando a importância do processo eleitoral na escolha dos representantes nos cargos eletivos e transformando os seus telejornais em espaço privilegiado para as discussões sobre a importância de acompanhamento das propostas dos candidatos para a decisão do voto.

Assim, enfatiza-se a necessidade do debate sobre as plataformas de campanha dos candidatos e as respectivas propostas para o enfrentamento dos problemas a serem resolvidos pelo poder público. Algumas reportagens abordam as funções dos deputados

estaduais e entre elas, destaca-se a elaboração do orçamento do Estado, considerando que a partir dele são definidas as áreas prioritárias de investimento, a distribuição das verbas por secretarias e a obrigatoriedade, estabelecida em lei sobre o percentual mínimo a ser distribuídos para cada setor.

A linguagem adotada para explicar a distribuição dos recursos públicos é bastante simplificada, considerando que os eleitores têm níveis muito diferenciados de compreensão de questões tão complexas quanto às finanças públicas. Nesse sentido, o orçamento público é freqüentemente comparado ao orçamento doméstico para facilitar o entendimento dos telespectadores.

No caso específico das matérias especiais, observa-se que 40 programas foram produzidos e abarcaram as seguintes temáticas: O Povo e o Governador, O Povo e a assembleia, O Povo e os Deputados, A Escolha do candidato, O voto Cidadão, Seu Voto Vale Uma Lei e O Cidadão e a Política. Os itens trabalhados abrangeram desde as atribuições do governador, projetos de iniciativa popular, fiscalização, até o significado político da CPI, do voto e da participação popular.

Diferentemente da série especial de 2000, que trabalhava com várias temáticas, desde as atribuições das políticas públicas, do papel dos vereadores, da sociedade civil e até as funções do prefeito, observa-se que a série produzida em 2002 para as eleições estaduais, não segmentou os seus programas de maneira estanque, mas mesclou questões próprias do governador, com as responsabilidades do deputado estadual, de líderes comunitários.

Ao abordar o **papel do deputado estadual** na elaboração do orçamento é destacada a representação atribuída a ele pelo voto, ou seja, o poder de decidir a destinação dos investimentos públicos, enfatizando mais uma vez a idéia do voto como arma contra aquele que ao se eleger se distanciou dos interesses do povo que o elegeu.

**Sandra Anenberg:** bom, agora vamos pra as eleições 2002. Entre as funções do deputado estadual está a de decidir o orçamento do Estado. Com esse poder ele pode definir quais são as áreas prioritárias para investimentos, um poder que na verdade é seu e que você transfere pra o seu deputado

Além de explicar uma das funções do deputado estadual, na elaboração no orçamento do Estado, a âncora do telejornal reforça que esse poder lhe é conferido através do voto reforçando a importância das eleições para que as atribuições do Estado fiquem nas mãos de parlamentares que, de fato, representem os interesses da maioria da população.

Se esse esclarecimento é importante, pois muitas vezes os eleitores não tem clareza sobre as etapas da gestão pública, também se verifica nesse tipo de jornalismo uma certa culpabilização do eleitor pelo desinteresse no acompanhamento dos assuntos que dizem respeito à administração dos governantes.

O acompanhamento do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral é destacado como espaço privilegiado para se conhecer o programa dos partidos, a composição das coligações e, para se conhecer o histórico da atuação política dos candidatos.

Nessa concepção, o voto assume a centralidade da vida democrática, e em muitas vezes é associado metaforicamente à imagem de uma "arma" que o eleitor pode (e deve) usar. A idéia é de eliminar todo político que descumpra com suas promessas de campanha e não atuam em sintonia com aos interesses da vida pública. A arma, aqui, tem um sentido de punição e o pleito torna-se uma conquista e o mandato se torna uma espécie de premiação, que ora é alcançado pelo referendo popular ora é retirado pelo mesmo dispositivo, dentro das regras do processo eleitoral.

O número de vagas nas Assembléias Legislativas ou no Congresso Nacional é explicado apenas como uma complexa equação para que um candidato consiga se eleger. Assim, explica-se:

"Exemplo: partidos políticos concorrendo a oito vagas recebem um milhão de votos no total, dividindo-se os votos pelas vagas chega-se a 125.000, isto é para eleger um candidato cada partido deverá ter no mínimo 125.000 votos. Um candidato, com poucos votos, num partido grande tem mais chances de se eleger do que candidato com muitos votos num partido pequeno".

Nesse caso específico é curioso que não haja nenhum tipo de crítica aos casuísmos do sistema eleitoral, pois segundo as explicações da matéria, os partidos nanicos só teriam alguma chance de eleger representantes se fizessem algum tipo de coligação com os maiores partidos políticos.

A obrigatoriedade do voto é abordada como um aspecto democrático da sociedade moderna e que somente as explicações elitistas acreditam que a obrigatoriedade não favorece a dinâmica do processo eleitoral. A tendência desse tipo de telejornalismo é

associar o exercício do voto à conquista da cidadania, pois é vista como uma forma privilegiada de interferir nos destinos da própria vida.

A cidadania e significado do voto deixam de ser um direito para ser uma obrigatoriedade. Os indivíduos devem participar, porém dentro da ordem democrática, utilizando-se dos canais legais de participação, o processo eleitoral é analisado como essencial, pois quando os eleitores "erram" nas suas escolhas são automaticamente punidos com uma má-gestão do espaço público.

Verifica-se a valorização das leis elaboradas através de iniciativas da população, enfatizando a garantia constitucional que permite a qualquer cidadão apresentar projetos de lei em qualquer Assembléia Legislativa do país, tendo como exigência a coleta de assinaturas de no mínimo 1% dos eleitores para que possa ser tramitado no legislativo estadual.

Nesse sentido, discutiram-se as iniciativas dos cidadãos relacionadas à apresentação de projetos de lei esclarecendo à população as brechas constitucionais para o encaminhamento de projeto popular. Além destes projetos, a série especial destaca a importância da diminuição da distância entre o poder legislativo e a população. Um conjunto de reportagens mostra resultados positivos obtidos a partir da mobilização dos setores sociais para reivindicar soluções aos problemas específicos de algumas comunidades.

As matérias reforçam a necessidade da participação dos eleitores nas diversas frentes de atuação política, desde a elaboração do orçamento até a fiscalização da atividade do poder legislativo e executivo. Nesse sentido, os cidadãos são constantemente convocados a fiscalizarem os políticos, acompanhando suas atuações para que se possa mantê-lo ou tirá-lo do cargo no próximo processo eleitoral. [\(link 2002 - SPTV\)](#)

**Repórter:** todo governo também tem que prestar contas diretamente a população. Em São Paulo algumas entidades como o conselho de economistas já está se organizando para entender o orçamento, e nessa tarefa já existe um aliado importante, a Internet. Todos os governos estaduais são obrigados a colocarem seus endereços eletrônicos, informações sobre o que sai e o que entra no cofre.

**Repórter:** toda vez que o cidadão se manifesta, quem tem a possibilidade de estar corrompendo ou de ser corrompido fica preocupado, porque ele vai ter sempre um cidadão próximo.

**Repórter:** os mecanismos de fiscalização estão aí, pra o eleitor vale o recado; para garantir uma boa administração o voto é apenas o primeiro passo.

**Repórter:** um dos males da democracia brasileira ainda o cidadão não perceber que os governos estão a sua disposição, que os governos estão a seu serviço e que eles tem o direito de controlar porque eles pagam os tributos pra serem bem servidos.

**Repórter:** e quando a população é bem servida, o governante não precisa se esconder de quem o elegeu. (pausa).

Esse tipo de argumentação utilizada em todos os telejornais da emissora tem como principal eixo aumentar a credibilidade nas instituições políticas. A descrença no sistema político pode ser revertida, segundo a lógica da matéria, a partir do momento em que o cidadão participar de forma consciente, escolhendo os melhores candidatos. Com este gesto, o eleitor provocaria uma revitalização das instituições políticas.

Neste sentido o voto é simbolicamente tratado como "arma contra os maus políticos":

"Uma pesquisa do Instituto Datafolha feita há um ano em cinco capitais, mostrou que as instituições políticas são as que possuem menos credibilidade junto a população, entram aí os partidos, o governo federal e o congresso; mas essa descrença parece não desanimar os candidatos, até agora 18.000 estão na corrida pelo voto, 4.000 a mais do que em 98"

As mulheres, maioria do eleitorado, são alvo prioritário dos discursos dos programas eleitorais. Geralmente, o voto é associado à libertação das mulheres, a uma conquista fruto de um longo processo de mobilização que culminou com o direito ao voto em 1932. Para ilustrar a atenção dada especificamente às mulheres, algumas reportagens destacam o engajamento da mulher no processo político como uma maneira de influenciar os rumos do país.

Outra característica importante da cobertura eleitoral realizada pelo telejornalismo da Rede Globo está no esclarecimento sobre a utilização da urna eletrônica. Através de simulações, se demonstrava às facilidades na utilização do equipamento, a seqüência dos cargos (deputado federal, deputado estadual, senador o 1º, senador o 2º, governador e presidente). Considerando que naquela votação, o eleitor teria que votar seis cargos diferentes recomendava-se o uso de uma "colinha", contendo o nome e o número dos candidatos, para evitar erros e agilizar o processo de votação.

Para cada um dos cargos explicava-se o procedimento correto de votação e as formas de corrigir ou anular algumas das operações no caso de haver erro na digitação do número do candidato, lembrando que após a confirmação não se pode modificar o voto.

Na matéria referente às prioridades na aplicação do dinheiro público, aparecem questões como a resolução do desemprego e principalmente a questão da segurança. O repórter trabalha com estes aspectos na matéria transcrita a seguir: **(link 2002 - SPTV)**

**Repórter (em off):** Hoje ao lado do emprego e da educação, a segurança é uma das maiores dores de cabeça do governador.

**Lúcia Valente (Funcionária Pública):** A gente anda no centro e não sabe se vai voltar para casa.

**Repórter (em off):** Um exercito de mais de 470 mil policiais civis e militares em todo o país está nas mãos dos governadores e, nem assim a população se sente segura.

**José Stertz (Comerciante):** Ta um caos. Ninguém mais está seguro. Vocês não estão mais seguros. Nós não estamos mais seguros. Então essa é uma prioridade, de primeiríssima necessidade.

**Repórter:** É. Todo eleitor acredita que seu problema é mais urgente. O difícil é decidir entre tantas reivindicações o que é prioridade. Aqui mesmo, um exemplo: canalizar esse “valão” pode melhorar a vida dos moradores do bairro. Mas será que se usar os recursos para construir uma quadra coberta nesta escola não é mais importante?

Para resolver o impasse nas aplicações e na adoção de determinadas políticas públicas, a matéria trabalha com as possibilidades do orçamento participativo:

**Repórter (em off):** Os moradores indicam pelo voto no fim do processo à proposta tem que ser aprovada pelo governo e, aí o caminho é o mesmo em qualquer Estado brasileiro. A obra é incluída no orçamento do Estado que deve ser aprovado pela Assembléia Legislativa para que no ano seguinte seja executada pelo governo.

Para reforçar a questão da responsabilidade do governante, a matéria recorre a um depoimento de um cientista político:

**André Marengo (Cientista Político):** Os governadores mesmo com as restrições estabelecidas atualmente podem, tem margens, tem recursos que lhe permitem desenvolver políticas razoavelmente eficazes. Portanto o voto neste terreno é um voto significativo. É um voto que tem impacto sobre a vida de cada um dos cidadãos.

O importante a ressaltar nestas matérias referentes às atribuições do governador e da Assembléia Legislativa é que o cidadão é responsável pela escolha dos governantes e dos representantes:

**Repórter:** Ao votar em governador você poderá estar decidindo os próximos quatro anos de sua vida e de muitas outras pessoas. Por isso é preciso ficar atento as promessas e posições dos candidatos. O governador tem responsabilidades e nem tudo ele pode. Em São Paulo uma comunidade aprendeu as atribuições de cada governante, e já sabe de quem cobrar as providências.

**Repórter:** a gente tem que ter os objetivos claros e o que a gente quer nesses quatro anos de governo.

Além de responsabilizar o eleitor pelos seus erros na escolha política, a série também reforçou o seu aspecto didático e educativo, contando a história das Assembléias Legislativas e da Democracia Representativa:

**Repórter:** pra se eleger o governador não administra o Estado sozinho, ele precisa buscar apoio e dialogar com prefeitos, deputados, senadores e presidente da república. nesse contato com outros políticos, o governante precisa conciliar estratégia, paciência e bom senso. Veja a reportagem.

**Repórter:** na Grécia antiga no século IV antes de Cristo, o filósofo Aristóteles já falava das vantagens da democracia, pra ele quanto mais pessoas dividindo o poder menor a chance de o povo sofrer com a tirania e com a corrupção. No Brasil hoje a regra também vale, um governador não administra sozinho.

**Repórter:** o governador aí atua num campo que ele é limitado de um lado pelas leis que são feitas não por ele, mas são feitas pelos deputados ainda que possam ser leis propostas inicialmente por ele. De outro lado ele é limitado pelo judiciário, o poder judiciário pode julgá-lo sempre que ele cometer algum tipo de arbitrariedade.

Um outro aspecto enfatizado pela série especial se refere à Lei da Responsabilidade Fiscal. Além de explicar a importância da lei para o bom funcionamento das gestões estaduais e municipais, argumenta que o bom governante pode ser comparado a um bom chefe de família, que só gasta o que consegue ganhar. Nesta perspectiva, o governante bem avaliado é o governante burocrático, não arrojado e pouco inventivo, ou melhor, seguindo a

máxima popular: “sabendo usar, não vai faltar”. Um exemplo desta prática do ‘mal governante’, é descrita na matéria a seguir:

**Luciana Kramer (Repórter):** Mas a maior limitação é um problema que os chefes de família conhecem bem. Se alguém gasta além do que o salário permite acaba se endividando. Com uma compra parece ser simples para uma dona-de-casa, mas nem sempre funcionou na administração pública. Por isso que hoje uma lei estabelece regras claras para que os governadores podem ou não gastar.

**Repórter (em off):** A lei de responsabilidade fiscal não permite que o governador fuja do orçamento. Nem gasto novo ou empréstimo pode ser contraído sem dizer como será o pagamento. Anistia e isenção de impostos agora só se houver compensação para os cofres públicos. E as despesas com os servidores não devem comprometer mais do que 60% da receita.

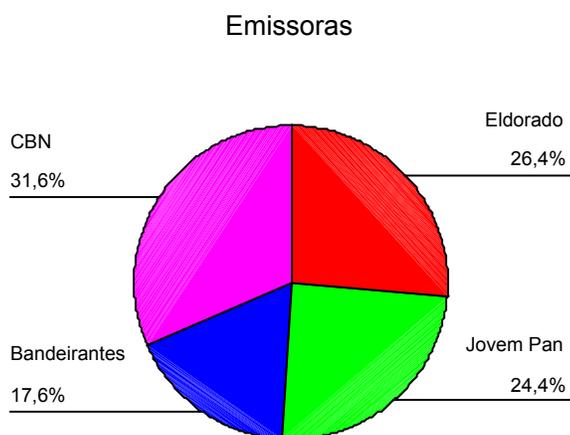
**César Santolin (Procurador Tribunal de Contas – RS):** Se ele tem um projeto incompatível com essa realidade, se ele pretende fazer obras, ou investimentos, ou conceder aumentos que não tenham amparo na realidade econômica daquele estado, daquele município ou da união. Na realidade ele vai estar sendo um mal governante, simplesmente...

Não podemos esquecer que toda a série teve um objetivo claro, envolver os eleitores neste processo eleitoral, esclarecendo questões pertinentes ao município e que podem e devem ser fiscalizadas e acompanhadas por seus cidadãos. Não basta somente votar, o cidadão precisa compreender o significado político e social da participação política. A disputa política trabalhada nestas séries especiais trabalha com a idéia de restrição do espaço do cidadão à democracia representativa.

A Central Globo de Jornalismo adotou essa linha editorial no espírito do conceito de *civic journalism* ou, em nossos termos, um “jornalismo comunitário” que incentiva, estimula e ensina o cidadão a ser mais responsável pelos seus atos políticos. A seleção dos temas trabalhados, a escolha dos personagens políticos mostrados na série, seguiram uma diretriz de busca de consenso, de conscientizar os cidadãos e de envolvê-los emocionalmente e racionalmente na vida política brasileira.

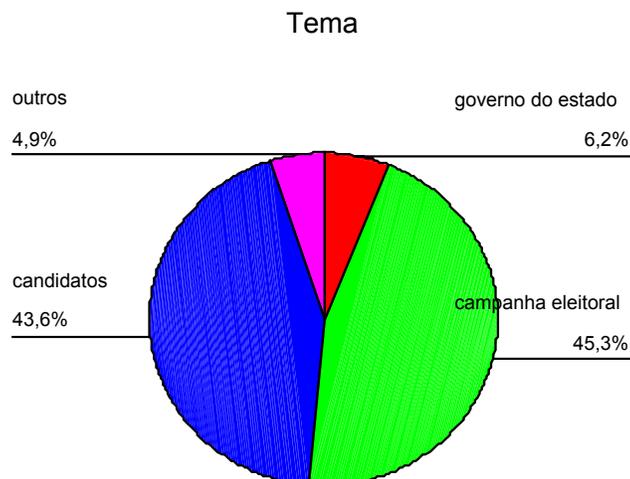
### 3) Radiojornalismo: temas e subtemas

Para compreendermos a cobertura dada pelo rádio ao processo eleitoral de 2002, estudamos quatro emissoras AM *all-news*, sendo elas: Eldorado, Jovem Pan, Bandeirantes e CBN. O número de fitas gravadas não foi o mesmo entre as emissoras, isto se deve a uma cobertura diferenciada entre elas. Como a diferença não é significativa, optamos por compará-las em suas coberturas das eleições estaduais.



A emissora que mais cobriu a eleição estadual foi a CBN, com 31,6%, seguida da Eldorado (26,4%), Jovem pan (24,4%) e Bandeirantes (17,6%).

Para viabilizar a pesquisa foi elaborada uma planilha na qual detalhavam-se os jornais e matérias transcritas e analisadas. Foi criada mais uma categoria de análise que não constava na pesquisa de 2000, a “Fala”, que será mais bem detalhada posteriormente. O material também foi dividido em temas e subtemas. Os temas mais recorrentes foram Campanha Eleitoral e Candidatos com 45,3% e 43,6% respectivamente, como mostra o gráfico abaixo:



Através dos dados obtidos pudemos observar que a cobertura não foi pautada na discussão dos problemas do governo do estado, já que este tema não foi um dos principais, mostrando que as emissoras possuem pouco espaço destinado à apresentação de propostas e debate dos problemas do estado. Dentro dos subtemas que remetem ao Governo do Estado, o mais abordado pelas emissoras e candidatos foi o da Segurança, questão que esteve muito presente nesta campanha devido às crises enfrentadas pelo governador e candidato a reeleição Geraldo Alckmin do PSDB. Em consequência, a questão da Violência foi bastante mencionada, por estar diretamente relacionada às medidas e propostas de segurança. Nesta matéria da CBN, temos um exemplo da importância deste subtema na campanha:

“Locutor – A segurança será o fator determinante na disputa pelo governo de São Paulo. Isso foi confirmado pelo estudo da FIESP divulgado ontem. De acordo com o levantamento, 51% dos empresários ligados a entidade classificam o tema como prioritário na decisão do voto. O resultado ressalta o temor da população em relação à violência no estado e ao mesmo tempo explica o bom desempenho de Paulo Maluf e a estagnação de Geraldo Alckmin nas pesquisas eleitorais.” (CBN – 16/07/02).

Outros subtemas de destaque dentro do tema campanha eleitoral, foram Pesquisa Eleitoral, Horário Eleitoral e Debate. As matérias em que apareciam as pesquisas, eram na grande maioria de pouca duração e se limitavam aos números sem nenhum tipo de análise do cenário eleitoral. Por exemplo:

“Locutor 1 – Candidato do PSDB ao governo do estado, Alckmin, cresce 3 pontos percentuais e agora é líder na preferência do eleitorado.

Locutor 2 – Segundo a nova pesquisa Ibope, o tucano ultrapassou o pepebista Maluf, que perdeu dois pontos.

Locutor 1 – Alckmin aparece com 29%, Maluf com 28% das intenções de voto.

Locutor 2 – Como a margem de erro é de 2,5%, os dois estão tecnicamente empatados.

Locutor 1 – O candidato do PT, Genoíno, manteve um crescimento de 3 pontos e está com 19%.

Locutor 2 – Apolinário e Cabrera têm 2% cada e Ciro Moura 1%. Os votos brancos e nulos somam 7 pontos percentuais.” **(Eldorado – 17/09/02).**

Já as matérias sobre o Horário Eleitoral e Debate, em todas as emissoras, eram mais longas e continham trechos dos programas veiculados pela televisão. Nestes momentos, pudemos observar que havia manifestação de opinião por parte dos apresentadores dos jornais, que se colocavam na posição de telespectadores, ironizando a troca de ataques entre os candidatos e as jogadas de marketing do horário eleitoral. A Jovem Pan, no dia 17 de setembro de 2002, comentou o horário político eleitoral:

“Locutor 1 – Movimentação policial em São Paulo é igual a dos anos 30 em Chicago.

Locutor 2 – É o que sugeri o programa do governador Geraldo Alckmin ontem a noite.

Locutor 1 – Pelo que se viu em filmes de ação não existem mais bandidos em São Paulo.

Locutor 2 – Está tudo tranqüilo. De forma que o cidadão pode passear tranqüilamente pelas ruas.

Locutor 1 – Tudo comandado pelo governador Alckmin, o ‘Elliot Ness’ das pragas paulistanas.

Locutor 2 – No programa eleitoral de ontem só faltou chamar o governador de chefe dos ‘intocáveis’.

Locutor 1 – A ação do programa foi cinematográfica, com Alckmin falando até em megafone.

Locutor 2 – Alckmin falou da desativação da casa de detenção Carandiru, explicando que cumpriu a palavra.

Locutor 1 – E garantiu que sua ação da área de segurança é de guerra total contra o crime organizado.

Locutor 2 – Por isso que os intocáveis de São Paulo têm agido em várias frentes para deixar a cidade como está: livre dos bandidos.

Locutor 1 – O programa sugeriu que os bandidos fugiram ou estão presos. Está tudo em plena paz.

Locutor 2 – Já o candidato do PT jurou de pés juntos que o culpado do problema de Fernandinho Beira Mar é o presidente da república.

Locutor 1 – Genoíno chamou Fernando Henrique de omissos por não resolver essa questão do traficante de drogas.

Locutor 2 – Genoíno disse que o presidente é omissos, mas a governadora do PT, Benedita da Silva não, de jeito nenhum.

Locutor 1 – Genoíno falou sem ficar vermelho que Benedita negociou com o bandido até o último momento.

Locutor 2 – O candidato petista disse com todas as letras que até o Jornal Nacional elogiou o comportamento da governadora.

Locutor 1 – Tal candura causa inveja em qualquer candidato que queira parecer singelo aos demônios soltos por aí.

Locutor 2 – Maluf por sua vez prometeu de maneira subentendida que vai arrebanhar com tudo na área da segurança.

Locutor 1 – Prometeu que abrirá batalhões da ROTA também no interior de São Paulo, que ele diz estar abandonado.

Locutor 2 – Maluf garante que em 8 anos de governo o PSDB fez muito pouco e ainda quer mais 4 anos.

Locutor 1 – Pior é que Alckmin fala na televisão de obras inauguradas em 8 anos, estando ele há apenas 1 ano e meio no governo.

Locutor 2 – Maluf deixa uma mensagem subentendida: os bandidos que esperem pelo seu governo.

Locutor 1 – Só não explicou se sairá às ruas vestido de Capitão Marvel ou outro herói qualquer que luta contra o crime.

Locutor 2 – Já o candidato do PMDB, sr. Lamartine, continua escondido atrás da imagem de Quércia.

Locutor 1 – O horário é de Lamartine, mas quem mais fala é Quércia, candidato do partido ao senado.

Locutor 2 – Não é a toa que o ex-candidato Fernando Moraes jogou a toalha antes de entrar no ringue.

Locutor 1 – Cabrera, por seu lado, começou seu programa mostrando um tomate para o telespectador.

Locutor 2 – E falou o tempo todo sobre o tomate e sua participação na produção agrícola.

Locutor 1 – Partindo do tomate, Cabrera disse que vai financiar a produção com dinheiro da Nossa Caixa sem juros nenhum.

Locutor 2 – Ficou no ar a sensação de que o tomate é a salvação da lavoura.” (**Jovem Pan – 17/09/02**).

A CBN comentou o debate ocorrido na Rede Globo:

“Locutor - O governador Alckmin, candidato a reeleição, foi o alvo preferencial dos ataques dos adversários durante o debate entre os 5 principais candidatos na tv Globo. Líder nas pesquisas de intenção de voto, o tucano teve que responder sobre o índice de desemprego no estado, os problemas da violência, da segurança pública, da educação e da saúde. O encontro se arrastou por mais de 2 horas e foi marcado pelo tédio e pouco confronto. O embate mais forte se deu no quarto bloco, entre o candidato Maluf do PPB, segundo colocado nas pesquisas e do governador Alckmin.” (CBN – 03/10/02).

Agenda do Candidato e Confrontos/Ataques foram os subtemas de destaque do tema Candidatos. As matérias sobre Agenda eram breves e monótonas, pois o repórter ou apresentador apenas relatava rapidamente os compromissos do dia de cada candidato, como mostra o exemplo abaixo:

“Locutor – A quinta-feira dos candidatos ao governo do estado de São Paulo.  
Repórter – Maluf grava pela manhã programas para o horário eleitoral, no início da tarde ele faz carreta pela Zona Norte da capital. Alckmin não tem compromissos públicos neste início da manhã, no início da noite ele se encontra com representantes do setor de tecnologia da informação na região oeste de São Paulo. Genoíno está em São Carlos onde tomou café da manhã com integrantes do setor do leite, e no período da tarde ele visita as cidades de Votuporanga, Rio Preto e Franca, também no interior do estado.” (*Bandeirantes* – 12/09/02).

O subtema Apoios foi bastante utilizado no segundo turno, momento em que os dois candidatos disputavam os votos do eleitorado de Paulo Maluf principalmente:

“Locutor 1- Genoíno considera bem vindo o apoio de Maluf.

Locutor 2 – O candidato do PT ao governo de São Paulo foi entrevistado nessa segunda-feira no programa Roda Viva da TV Cultura.

Locutor 1 – Genoíno fez questão de deixar claro que seu partido e Maluf têm divergências históricas e programáticas.

Locutor 2 – Mas destaca que o eleitor do pepebista é semelhante ao dele em um ponto: ambos se opõe ao governo do PSDB.

Genoíno – É claro que a declaração de voto de Maluf é boa, e é bom que todos os votos que foram de Maluf no primeiro turno agora venham para mim, porque na eleição do segundo turno, eu preciso de 50% mais um dos eleitores que votam em São Paulo. E no segundo turno nós temos uma aliança, uma aliança mais ampla, e nós estamos recebendo apoio,

portanto, a declaração do voto de Maluf, e dos que seguem Maluf, é bom para a minha campanha, eu quero deixar isso muito claro”.(Eldorado – 22/10/02).

Em Outros, os subtemas Utilidade Pública e Legislação Eleitoral referiam-se sempre às decisões do TRE e às mudanças que implicavam no curso da campanha. Estas matérias, apesar de mais técnicas, são, na nossa opinião, muito mais importantes para a formação de opinião da população do que, por exemplo, a Agenda dos Candidatos, que teve mais espaço nas rádios.

“Locutor 1 – Procuradoria regional eleitoral de São Paulo emite à justiça parecer favorável ao pedido pelo PT, para cassar a candidatura à reeleição do tucano Geraldo Alckmin.

Locutor 2 – A alegação é de que no programa da noite do último dia 16 Alckmin utilizou de forma indevida e irregular serviços da administração pública.

Locutor 1 – O governador teria utilizado para a campanha, automóveis, barco, helicóptero, combustível e policiais da administração pública em horário de expediente.

Locutor 2- O parecer foi encaminhado ontem ao juiz do TRE e a decisão deve sair ainda hoje.” (Jovem Pan – 26/09/02).

Tabela de Subtemas

SUBTEMAS	Nº de CASOS	% de CASOS
transporte	1	0,3
violência	4	1,3
habitação	1	0,3
infraestrutura	3	1,0
estradas	2	0,7
desenvolvimento econômico	2	0,7
meio ambiente	1	0,3
conservação	1	0,3
política tributária	2	0,7
saúde	2	0,7
educação	3	1,0
segurança	9	3,0
cultura e lazer	1	0,3
pesquisa eleitoral	62	20,3
debate político	25	8,2
entrevistas com candidatos	10	3,3
resultados eleitorais	7	2,3
horário eleitoral	27	8,9
perspectivas eleitorais	18	5,9
alianças	14	4,6
apoios	31	10,2
confrontos/ataques	45	14,8
programa de governo	28	9,2
cotidiano	2	0,7
declarações	5	1,6
agenda dos candidatos	76	24,9
utilidade pública	13	4,3
governo Covas e Alckmin	1	0,3
legislação eleitoral	9	3,0
poluição visual eleitoral	1	0,3

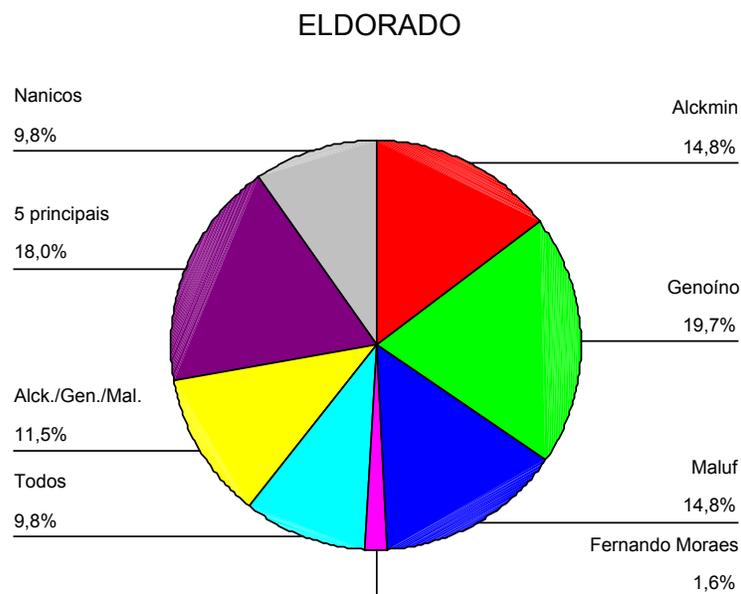
Governo do estado
Campanha Eleitoral
Candidatos
Outros

\* os subtemas que não apareceram na tabela não foram mencionados durante o período analisado.

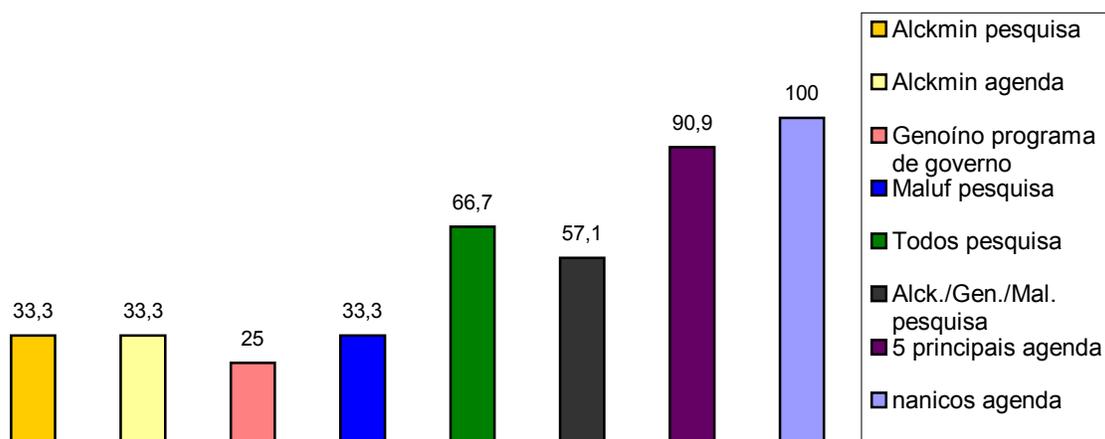
## Rádio Eldorado e a Cobertura Eleitoral

A Rádio Eldorado foi marcada nas eleições municipais de 2000 por uma cobertura informativa, mas com uma grande quantidade de matérias restritas, caracterizadas pelos ataques e ironias a Paulo Maluf. Essa postura, assim como a vinheta utilizada (“Eldorado eleições 2000: hora de você dar o troco!”), foi abandonada na eleição de 2002, com a adoção de uma cobertura mais isenta, possivelmente em função da rigidez da legislação. Quanto aos recursos, a emissora continuou a utilizar repórteres e sonoras de políticos: 39% das matérias teve sonoras de candidatos, 29% foram matérias só com apresentadores e 26% tiveram a participação de repórteres.

No primeiro turno, entre os candidatos, José Genoíno do PT se destacou um pouco mais do que os outros candidatos, porém, a diferença foi mínima se comparado aos líderes nas pesquisas, e portanto, não comprometeu a cobertura.



Candidatos x subtemas - 1º turno Eldorado



Como mostra o gráfico acima, Alckmin apareceu mais em matérias sobre Pesquisa Eleitoral e Agenda dos Candidatos. Por exemplo:

“Locutor 1 – O candidato tucano ao governo do estado comemora o bom desempenho nas últimas pesquisas.

Locutor 2 – Segundo o Datafolha, Alckmin subiu 3 pontos, chegando a 31% dos votos. Maluf caiu os mesmos 3, passando para 29%.

Locutor 1 – O tucano disse que as pesquisas mostram também que a população paulista está avaliando melhor o governo do estado.

Locutor 2 – Alckmin garante, entretanto que não é hora de festa e sim de trabalho.

Alckmin – Pesquisa sempre é um estímulo, mas não é hora de comemorar, é hora de trabalhar, o importante é na urna. Estamos trabalhando bastante para ir pro segundo turno e aí sim, caminhar a passos largos para a vitória. As simulações de segundo turno são muito positivas, o importante foi ter aumentado a aprovação ao governo, esse é um fato importante, eu acho que é um reconhecimento do esforço que está sendo feito, não há mágica em administração pública, trabalho, trabalho, trabalho e eficiência.

Locutor 2 – O governador não acredita que a sucessão paulista seja decidida já no primeiro turno.

Locutor 1 – Alckmin visitou obras na estação Brás como governador, e depois, como candidato, caminhou pela região do Largo da Concorórdia” (**Eldorado – 24/09/02**).

A transcrição acima também exemplifica como a reeleição possibilitou que o candidato Alckmin aparecesse em situações diferenciadas, como governador e como candidato.

Ainda segundo o gráfico pode-se perceber que Genoíno apresentou mais propostas, pois apareceu em matérias que se referiam ao Programa de Governo.

“Locutor 1 - O concorrente do PT ao governo do estado garante que, se eleito, a polícia paulista, será repressora.

Locutor 2 – Genoíno explica que não quer colocar a ROTA na rua e sim utilizar a força especial para casos específicos.

Locutor 1 – Segundo ele a proposta de ir com mais firmeza não contraria as idéias da legenda.

Locutor 2 – O candidato argumenta que acabar com a violência exige medidas enérgicas.

Genoíno – A nossa proposta é que segurança pública exige prevenção, inteligência e repressão, mas não é só a polícia, tem que ter a presença do estado na geração de empregos, de lazer, da cultura, do esporte, na educação. Fechar a torneira da violência e impedir que as pessoas entrem nela, e as pessoas que já entraram no crime, a gente precisa ter uma polícia preparada, organizada, que combine prevenção, inteligência e repressão, e repressão não é violência, não é guerra, não é morte, repressão é com ação, é a autoridade do estado”.(Eldorado – 05/09/02).

O candidato do PPB esteve mais presente em matérias sobre Pesquisa, assim como quando apareciam todos os candidatos ou os três principais.

“Locutor 1 – Os candidatos ao governo paulista Alckmin e Maluf subiram 3 pontos nas intenções de voto segundo a última pesquisa IBOPE divulgada ontem. Maluf está na liderança, com 35%, seguido por Alckmin, com 25%. Genoíno passou de 11% para 9%. Ciro Moura do PPC, oscilou positivamente e está com 3%. Carlos Apolinário do PGT se mantém com 2%. Fernando Moraes, do PMDB, continua com 1%. Os votos brancos e nulos somam 9% e 15% dos entrevistados estão indecisos ou não responderam”.(Eldorado – 13/08/02).

Já as matérias que abordavam os cinco principais candidatos e os candidatos nânicos, se concentraram no subtema Agenda dos Candidatos.

“Locutor 1 – O candidato do PPB ao governo do estado participa de encontros na cidade de Bauru. Maluf deve seguir ainda hoje para Ribeirão Preto onde concederá uma entrevista coletiva. Antonio Cabrera, da Frente Trabalhista vai passar o dia em Rio Claro, ele se reúne com lideranças políticas e órgãos da imprensa local. O candidato do PT ao governo andou ontem pelas ruas de São Joaquim da Barra e Sales Oliveira, também no interior. Segundo Genoíno, a principal estratégia de campanha dele para conseguir votos é a campanha de rua. O governador Alckmin permaneceu ontem em São Paulo, onde andou pela Rua 24 de

março. O tucano, candidato a reeleição, visita hoje o bairro da Vila Nova Cachoeirinha, na Zona Norte da cidade. O peemedebista Fernando Moraes, visita nesta quinta-feira a cidade de São José dos Campos, ele terá encontros com lideranças e comerciantes da região.” **(Eldorado – 01/08/02).**

No segundo turno, houve uma diferença de espaço a favor de Genoíno, que apareceu em 57,7% das matérias, enquanto seu adversário esteve presente em 42,3%. As aparições do candidato do PT foram marcadas por Confrontos e Pesquisas Eleitorais:

“Locutor 1 – Genoíno garante que está tranqüilo e comenta o que ele considera desespero do adversário.

Locutor 2 – O petista diz que Alckmin se beneficia do discurso terrorista de Serra, mas evita apresentá-lo nos programas eleitorais do rádio e da televisão.

Repórter – Genoíno diz que nada vai mudar na reta final desta campanha. O PT continuará destacando o que, na avaliação do candidato, seriam as fraquezas do governo Alckmin.

Genoíno – Nós vamos fazer uma campanha, afirmando o nosso programa e, mostrando como o nosso programa é diferente do programa do nosso adversário. Vamos mostrar que o que nosso adversário faz na televisão, eu já chamei, é Geraldolândia, é um estado que não existe e aparece apenas na televisão e no seu programa eleitoral. Moradia popular, 37 mil casas e filmam todas elas e mostra na televisão, quando o déficit, a falta de casas em São Paulo é de 1 milhão e 100 mil, é isso que nós vamos mostrar, moradia, desemprego, segurança. Ele pinta um quadro da segurança em São Paulo que quando as pessoas abrem a porta não vêem, até porque não podem botar a cabeça pra fora por causa das grades, é nisso que a gente vai mostrar a diferença entre o nosso projeto e o projeto do governo”.

**(Eldorado – 22/10/02).**

As aparições de Alckmin abordaram mais temas, como Pesquisa Eleitoral, Debate Político, Apoios, Confrontos/Ataques e Programa de Governo:

“Locutor 1 – O candidato a reeleição Alckmin, recebe o apoio de vários sindicatos ligados a Força Sindical e do PTB paulista.

Repórter – O presidente da Força disse que pretende levar outras centrais sindicais para a campanha de Alckmin.

Paulo Pereira da Silva – A partir deste momento a idéia é que a gente possa, não só a Força Sindical, mas também atrair outras e fazer todo um trabalho nas portas das fábricas, nas empresas, nos escritórios, shopping centers.

Repórter – Alckmin considerou este apoio como o mais importante de todos.

Alckmin – Este apoio é fundamental, não pode ter um apoio mais importante do que o apoio dos trabalhadores, através das suas lideranças sindicais, é o apoio mais relevante que eu estou recebendo”. **(Eldorado – 10/10/02).**

Em uma longa entrevista concedida à rádio Eldorado no segundo turno, Alckmin fala de seus projetos:

“Locutor 1 – O candidato do PSDB ao governo do estado aposta em novas linhas de trem e metrô para melhorar o transporte público na capital. Alckmin acredita que o setor necessita de investimento em veículos de alta capacidade. Segundo ele, um pedido de financiamento foi feito ao Banco Interamericano de Desenvolvimento para a construção de uma linha entre o Largo 13 e a estação Sta. Cruz. Alckmin conta ainda que há mais dois projetos para o metrô:

Alckmin – Já estamos licitando a linha 4 do metrô, a linha amarela, que é a linha mais importante, a chamada linha da integração. Essa já está em licitação, deveremos começar as obras no final deste ano ou no início do ano que vem. Ela começa na estação Luz, passa pela Praça da República, passa lá pelo HC, pelo espigão da Paulista, desce a Pinheiros, interliga também com o trem Osasco-Jurubatuba, na marginal do Pinheiros, cruza o rio, vai até a Vila Sônia, e numa segunda etapa até Taboão da Serra. Essa linha é importantíssima. A terceira é a continuidade da linha dois, que está parada em Ana Rosa, ela irá a Chácara Klabin, depois Imigrantes, Ipiranga, e até o Sacomã.

Locutor 1 – Em relação aos trens, Alckmin pretende investir na manutenção e na modernização dos equipamentos. O governador do estado concedeu entrevista exclusiva ao jornal Eldorado. O governador do estado de São Paulo acredita que há risco de racionamento de água na capital nos períodos de estiagem. Alckmin ressalta, no entanto, que as medidas estão sendo tomadas para garantir o abastecimento. O tucaño destaca as obras de interligação entre os sistemas. Segundo ele, a população também deve ajudar, evitando o desperdício.

Alckmin – Para que o risco de racionamento seja cada vez menor, o governo está fazendo o que é a interligação dos vários sistemas. Então nós temos aqui alguns grandes sistemas de abastecimento de água, como o sistema Cantareira, que é importante, o sistema Guarapiranga, o sistema Alto Tietê, o sistema do braço da Billings, o Alto Cotia, Baixo Cotia, temos vários sistemas de água, nós estamos fazendo todas as interligações. Por quê? Porque aí se a Guarapiranga der um probleminha, os outros sistemas socorrem e não falta água. Então cada vez o risco de racionamento é menor, na medida em que se aumentou a capacidade de produção e se está interligando os sistemas. Agora, a população pode ajudar muito, na medida em que houver uma economia.

Locutor 1 – Alckmin destaca ainda que não há mais rodízios de água na cidade, por causa do aumento da capacidade de produção. O governador do estado concedeu entrevista exclusiva ao jornal Eldorado. O projeto Tietê 2 vai ajudar a melhorar a qualidade da água na cidade. Segundo o governador Alckmin o esgoto de mais de 300 mil famílias da cidade irão para as estações de tratamento. Ele afirma ainda que as prefeituras devem ajudar a apoiar os projetos ambientais. Alckmin conta que uma nova lei vai melhorar a situação nas regiões de mananciais.

Alckmin – Nós aprovamos uma lei importante, mantendo a lei de mananciais, a sua densidade demográfica, mas possibilitando a compensação, com a anexação de outro terreno na mesma sub bacia, com a escritura vinculada para evitar novas áreas de invasão, bloqueando essas áreas de Mata Atlântica preservada, e procurando recompor a mata na beirada das nossas represas.

Locutor 1 – Alckmin afirma ainda que é preciso despertar a responsabilidade ambiental nos moradores das áreas de mananciais.” **(Eldorado – 22/10/02)**.

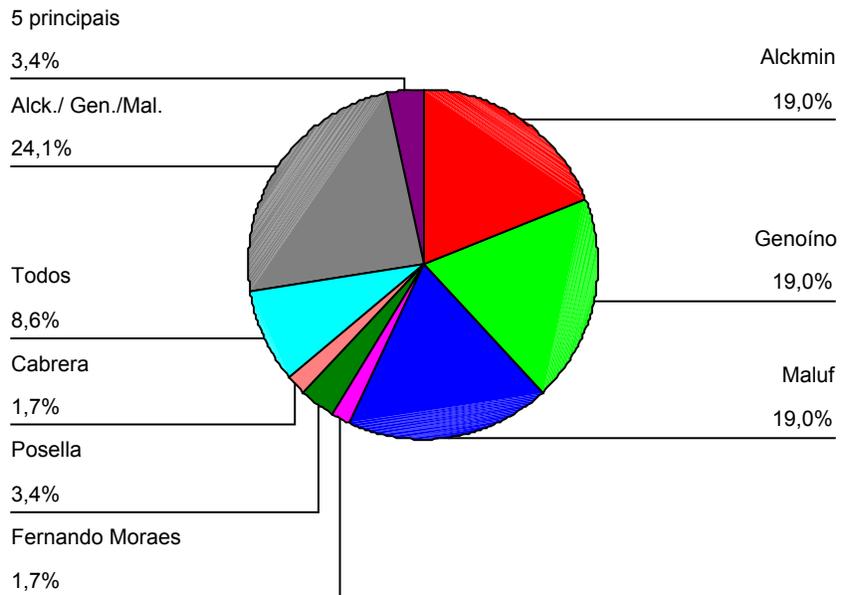
Em comparação com a eleição de 2000, podemos perceber que a emissora concentrou sua cobertura em matérias que tratavam da Agenda dos Candidatos e suas posições nas pesquisas. Esse tipo de informação é importante, mas ocupou um espaço que poderia ter sido dividido com debates sobre os problemas do estado. Houve troca de ataques, porém, desta vez, em menor escala e menos pautada em ofensas pessoais, como ocorreu nas eleições municipais. Acreditamos que o espaço para propostas deveria ser maior, mas ressaltamos que as mudanças ocorridas de uma eleição para outra são importantes para o processo decisório e devem ser mantidas e ampliadas.

### **Rádio Jovem Pan e a Cobertura Eleitoral**

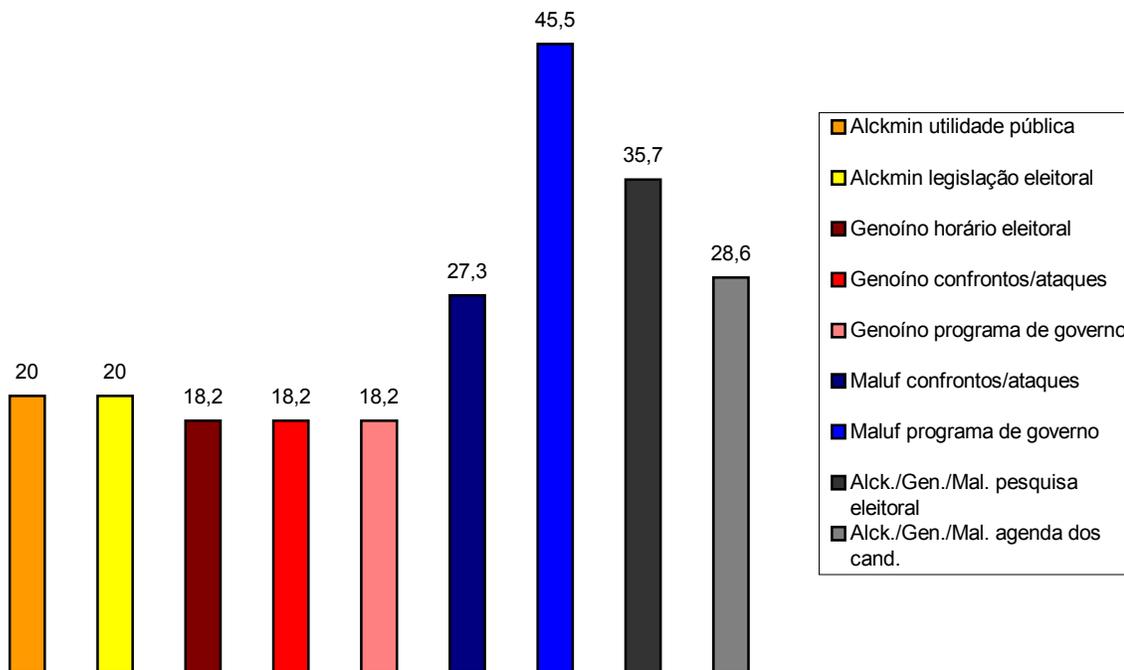
Em 2000 a Jovem Pan fez uma cobertura crítica das eleições, marcada pelo descrédito na política e suas instituições. A constante participação de comentaristas realçava este caráter opinativo da emissora. Já nesta eleição os comentaristas perderam espaço, apareceram em apenas 3% das matérias, e os repórteres ganharam, 19%. Houve a introdução de uma vinheta, cujo conteúdo alertava o eleitor para a importância do voto: “Eleições 2002 na Jovem Pan: não vote no escuro na hora da eleição!”. As matérias episódicas continuaram predominantes, e as avaliativas diminuíram em mais da metade (de 29% em 2000 para 13,3% em 2002) com a saída dos comentaristas. Devido a este mesmo motivo a cobertura foi mais informativa (84%) e menos interpretativa (14,7%) por parte dos apresentadores.

O primeiro turno mostrou os três principais candidatos com o tempo igual de aparição (19%), diferentemente da eleição municipal em que Marta Suplicy e Maluf se destacavam, sendo que a primeira muitas vezes como alvo de ataques.

### Jovem Pan



### Candiatos X Subtemas - 1º turno Jovem Pan



As matérias em que Alckmin apareceu tratavam da Legislação Eleitoral ou de Utilidade Pública ligada ao TRE (ver gráfico acima), por exemplo:

“Locutor 1 – TRE paulista julga hoje pedido de impugnação da candidatura de Geraldo Alckmin à reeleição.

Locutor 2 – Duas coligações encabeçadas por PT e PPB alegam que o atual governador não pode pleitear um novo mandato.

Locutor 1 – Argumentam que como vice de Covas, no primeiro mandato, ele o substituiu por quatro meses quando o titular se afastou para disputar a reeleição.

Locutor 2 – Então, dentro desta tese, Alckmin estaria pleiteando o terceiro mandato, o que é ilegal.” **(Jovem Pan – 06/08/02).**

Genoíno se destacou em matérias que mencionavam o Horário Eleitoral, Confrontos/Ataques e Programa de Governo, por exemplo:

“Locutor 1 – Candidato do PT, José Genoíno, lança programa com prioridade em segurança e geração de empregos.

Locutor 2 – Mas para combater a criminalidade Genoíno diz pretender aumentar os salário dos policiais civis e militares.

Locutor 1 – Quer ainda priorizar investimentos na área de investigação e construir complexos penitenciários exclusivos para presos ligados ao crime organizado.

Locutor 2 – A idéia é subordinar ao secretário de segurança pública seis novas sub-secretarias: planejamento, inteligência, operações especiais, comunicações, corregedoria e ensino.

Locutor 1 – O programa petista prevê a criação de uma agência paulista de importações para incentivar o trabalho.

Locutor 2 – Outra proposta de Genoíno é criar e implantar centros tecnológicos para apoiar as micro, pequenas e médias empresas.” **(Jovem Pan – 13/08/02).**

Nas matérias em que Maluf apareceu, predominaram as Propostas e as menções ao seu Programa de Governo, exemplo:

“Locutor 1- Proposta do candidato Maluf ao governo de São Paulo prevê volta da reprovação de alunos a cada ano letivo.

Locutor 2 – Ele estabelecerá assim o fim do atual modelo educacional do estado, bastante criticado por ele.

Locutor 1 – Contraria a deliberação do conselho estadual de educação e vai contra a sugestão da lei de diretrizes e bases da educação e do próprio ministério do setor.

Locutor 2 - Não tem também apoio entre especialistas, pais e sindicatos dos professores.” **(Jovem Pan – 26/09/02)**

Nos momentos em que apareciam os três principais candidatos, as matérias eram, na maioria, sobre Pesquisa Eleitoral. Exemplo:

“Locutor 1 – Nova pesquisa IBOPE mostra que o governador e candidato a reeleição, Geraldo Alckmin ultrapassa pepebista Paulo Maluf.

Locutor 2 – O tucano pulou de 26% para 29 % das intenções de voto e Maluf caiu de 30% para 28%.

Locutor 1 – O candidato do PT, Genoíno, está com 19%, contra 16% da última sondagem de 10 de setembro.

Locutor 2 – Na simulação para o segundo turno Alckmin vence com 48% dos votos e se a disputa fosse entre Genoíno e Maluf haveria empate de 43%.”(Jovem Pan – 17/09).

No segundo turno os candidatos não apareceram de forma igual, Genoíno apareceu em 64% das matérias, enquanto Alckmin apareceu em apenas 36%. No entanto, apesar desta diferença, o subtema mais mencionado em ambos os casos foi Apoios. Exemplo:

“Repórter 1 – O comando de campanha de Genoíno nega a reunião com o PPB de Maluf, mas o candidato do PT ao governo de São Paulo admite a tentativa de apoio amplo e sem preconceitos partidários no segundo turno.

Genoíno- Nós estamos conversando com o PV, estamos conversando com o Pittoli, Apolinário, estamos conversando com lideranças do PMDB, estamos recebendo manifestações de lideranças e prefeitos do PTB, eu quero expressar que todos os malufistas, eu quero que votem no Genoíno no 2º turno, independente de aliança, que nós não temos aliança com Maluf, mas eu respeito muitas lideranças do PPB, como o Delfin Neto, Cunha Bueno e muitos prefeitos pepebistas.

Repórter 1 – O candidato do PT, Genoíno, cancelou sua agenda de quarta-feira e seguiu com Lula para Porto Alegre para comparecer ao velório do coordenador de campanha de Tarso Genro, José Eduardo.

Repórter 2 – O candidato Alckmin recebe apoio de Paulinho, vice de Ciro Gomes, e sindicalista. Em busca por alianças no 2º turno Alckmin recebeu o apoio de Paulo Pereira da Silva, candidato derrotado na chapa de Ciro Gomes. O PPB e o PPS também já fecharam aliança com o tucano, Alckmin garante que não houve exigências pra conseguir fechar essas alianças.

Alckmin – Não teve exigência, já são nossos compromissos e são compromissos comuns, emprego, desenvolvimento, renda, qualificação profissional, educação para o trabalho, programas sociais, atender quem mais necessita, frentes de trabalho para atender desempregados, compromissos do nosso programa de governo que a gente vê respaldado pelos trabalhadores e pelas lideranças sindicais.

Repórter 2 – Os coordenadores de campanha do governador Geraldo Alckmin continuam em busca de alianças para o segundo turno, eles estão conversando com

todos os partidos, a não ser com aqueles que formam aliança com o PT.”(**Jovem Pan – 10/10/02**).

Assim como a rádio Eldorado, a Jovem Pan, também mudou sua cobertura. As opiniões dos apresentadores diminuíram, deixando mais espaço para notícias e propostas de candidatos. Mas devemos ressaltar que apesar das poucas manifestações por parte dos profissionais desta emissora, a Jovem Pan, ainda é a única que repete um discurso crítico à política e suas bases, reafirmando o descrédito e desconfiança nas instituições, como podemos notar através destas matérias sobre o horário eleitoral:

“Vinheta – Eleições 2002 na Jovem Pan: não vote no escuro na hora da eleição.

Locutor 1 – Tartaruga é a estrela do horário eleitoral de Maluf na campanha para o governo paulista.

Locutor 2 – Bicho com olhos melancólicos se arrasta vagorosamente.

Locutor 1 – A tartaruga representa o governo de Alckmin e também do presidente Fernando Henrique.

Locutor 2 – Maluf diz que os tucanos estão no governo há 8 anos e está tudo em ruínas.

Locutor 1 – Assim, é um disparate ainda planejarem mais 4 anos de administração.

Locutor 2 – Sobrou até para o presidente da república, colocado no casco da tartaruga e que não vê a hora de cair em algum lugar.

Locutor 1 – De terno de linho branco e gravata cor de abóbora, Maluf garantiu que se for eleito fará o maior governo de sua vida.

Locutor 2 – Alckmin, por seu lado, tenta usar a linguagem dos jovens para falar de si e de seu governo.

Locutor 1 – Diz que seu programa na educação será voltado para a moçada, a rapaziada que batalha na periferia e precisa de uma força.

Locutor 2 – Alckmin fala das escolas estaduais de São Paulo como Serra fala dos hospitais públicos no país.

Locutor 1 – É tudo uma imensa maravilha, uma imensa maravilha...

Locutor 2 – Já o programa do PMBD destinado ao candidato a governador, Lamartine Posella, é quase todo utilizado por Quércia.

Locutor 1 – O candidato peemedebista, Lamartine, existe, mas é como se não existisse.

Locutor 2 – Lamartine some da televisão da maneira como aparece: quase ninguém percebe.

Locutor 1 – O candidato do PT, José Genoíno, por sua vez se esforça para convencer e até convence, só que de bem intencionados o inferno está cheio.

Locutor 2 – Ontem ele falou sobre a educação do estado, desmentindo todas as maravilhas ditas por Alckmin.

Locutor 1- Genoíno se mostra escandalizado com adolescentes que não sabem nem ler nem escrever, embora curse a 5ª série.

Locutor 2 – O candidato petista promete que vai acabar com a aprovação automática para recomeçar uma reforma no ensino.

Locutor 1 – Já Cabrera, do partido de Ciro Gomes, não tem muito a prometer.

Locutor 2 – De qualquer maneira ele diz que se for eleito voltará a levar leite para as crianças e para os idosos.

Locutor 1- Cabrera lembra que fazia isso quando foi secretário de agricultura de Covas.

Locutor 2 – No fim do horário do candidato, um palhaço com rosto pintado de vermelho pergunta: “E agora Geraldo? E agora Serra?”.

Locutor 1 – Tristemente o palhaço diz com melancolia que o Brasil não pode continuar assim, e o palhaço está coberto de razão.” (**Jovem Pan – 05/09/02**)

O comentarista da Jovem Pan afirmou:

“Fernando José (comentarista) – Ontem foi a vez dos governadores e deputados estaduais no programa eleitoral. É uma boa oportunidade para rever figuras repaginadas, como o deputado e atual vereador Carlos Apolinário, que tinha cabelo branco, mas para ser candidato ao governo pintou o cabelo de acajú. Ciro do PSC também deu uma melhorada na cor do cabelo. E Levi Fidelix usou o aerotrem de Collor e tirou o bigode. Os candidatos a governador que contam: Maluf, Alckmin e Genoíno, foram de leve nesse primeiro dia. Ninguém atacou ninguém. Maluf se referiu às mães desesperadas por verem seus filhos na 5ª série sem saber ler e escrever, e pela falta de segurança. Alckmin mostrou obras e Mário Covas. E Genoíno mostrou Lula e Marta Suplicy. Era só um programa de esquentamento. Cabrera mostrou o Ciro Gomes, o Sargento Pittoli mostrou o Garotinho e Posela falou de Quércia. Na hora dos candidatos a deputado estadual estava aquela tristeza habitual, mas com novidades. Os pais estão abrindo lugar para os filhos, há vários filhos no lugar dos pais. É a renovação na política. Na parte dos senadores a mesma coisa, aqueles que não contam ocupando lugar daqueles que contam.” (**Jovem Pan – 22/08/02**).

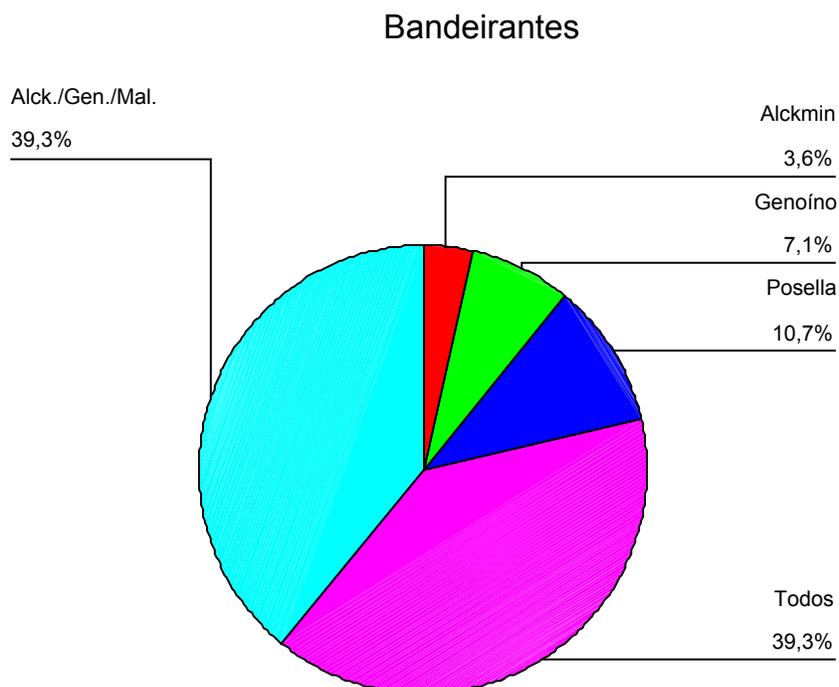
Neste trecho vemos que a campanha estadual é comentada como produto de outra campanha, a presidencial. Em muitos momentos os candidatos ao governo do estado de São Paulo, são lembrados por suas vinculações com os partidos e os candidatos à presidência.

### Rádio Bandeirantes e a Cobertura Eleitoral

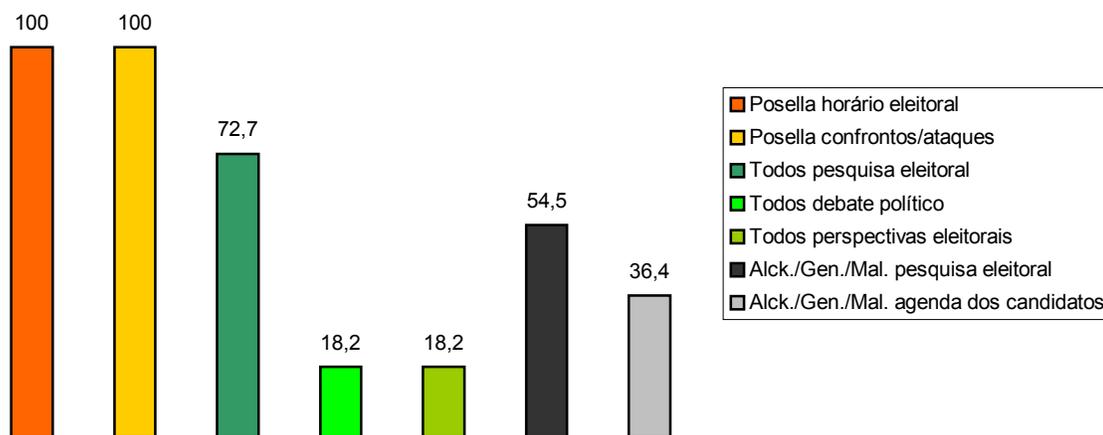
Esta emissora foi caracterizada por uma cobertura informativa e episódica com 83% e 76% respectivamente. Os recursos mais utilizados foram Repórter (35%) e Sonoras Políticos (27%), apesar do grande número de matérias que contavam apenas com o Apresentador (29%).

A Rádio Bandeirantes no primeiro turno das eleições deu preferência às matérias mais gerais, que tratavam de todos os candidatos ou dos três principais, ao invés de matérias sobre um só candidato, o que talvez tenha sido uma opção da emissora para cumprir a legislação eleitoral e não privilegiar nenhum candidato. Podemos notar através do gráfico abaixo que o candidato Lamartine Posella foi o que mais apareceu individualmente, isto se deve ao fato de ter entrado no meio da corrida eleitoral para substituir Fernando Moraes, desistência muito noticiada pela mídia, em especial pela rádio Bandeirantes. Por exemplo:

“Locutor – O PMDB substitui seu candidato ao governo do estado. Fernando Moraes não aceitou a imposição de ceder seu horário ao candidato ao senado, Quércia, e pediu para deixar a disputa. Em seu lugar, entra o deputado federal Lamartine Posella, pastor da Igreja Batista Palavra Viva, de Campinas, que está em seu segundo mandato como deputado federal. Ele vai ocupar o lugar de Fernando Moraes”. **(Bandeirantes – 20/08/02)**.



### Candidatos x subtemas - 1º turno Bandeirantes



O gráfico acima mostra que todas as matérias em que Posella apareceu foram sobre Horário Eleitoral e Confrontos/Ataques, já que o motivo da saída de seu antecessor foi um desentendimento sobre a propaganda no rádio e na televisão.

Quando as matérias tratavam de todos os candidatos os subtemas mais abordados foram Pesquisa Eleitoral, Debate Político e Perspectivas Eleitorais. As pesquisas, assim como na Eldorado foram constantemente utilizadas, ressaltando as matérias com mais candidatos por divulgarem a posição de cada um. O debate teve um grande destaque na Bandeirantes pelo fato da emissora ser vinculada a uma rede de televisão que transmitia o encontro entre os candidatos e por ser alvo de críticas de alguns apresentadores que o consideravam entediante, como mostra a citação abaixo:

“Locutor – Faltam 40 dias para o primeiro turno das eleições e ontem houve debate na Rede Record. Alckmin e Genoíno compareceram, e mais uma vez Maluf não foi pelo grande número de entrevistados e também não compareceram os candidatos Malek e Siqueira. E eu agüentei assistir ao debate até o momento em que o governador Alckmin fez uma pergunta sobre cultura ao candidato Pittoli. Ah, aí eu fui dormir”. **(Bandeirantes – 27/08/02)**.

O subtema Perspectivas Eleitorais também apareceu bastante por estar relacionado à Pesquisa e ao Debate, pois conforme o desempenho de cada candidato a disputa poderia ser

alterada, modificando o cenário eleitoral. Agenda e Pesquisa também apareceram quando se tratou dos três principais candidatos, assim como aconteceu nas outras emissoras.

No segundo turno Alckmin teve um espaço bem maior do que Genoíno, 65,5% contra 34,5%. Alckmin apareceu algumas vezes concedendo entrevistas, mas devemos lembrar que talvez devido à nossa amostragem podemos ter deixado entrevistas ocorridas em outros dias da semana de fora. Outros tópicos abordados em matérias sobre o candidato tucano foram Apoios, Confrontos/Ataques e Debate, e nas matérias do candidato petista Apoios e Debates. Exemplos:

“Locutor 1 – Estamos aqui entrevistando o candidato do PSDB ao governo do estado, o governador Geraldo Alckmin. Agora vamos falar daqueles que estão fora das cadeias, que somos todos nós aqui. Governador, ontem o candidato do PT, Genoíno, recebeu o apoio de Maluf, mudou o Maluf ou mudou o PT? O sr. está preocupado com esse apoio explícito de Maluf?

Alckmin – Olha, Zé Paulo, é um direito que ele tem, eu não vou fazer nenhum juízo de valor, é um direito que ele tem como cidadão, como eleitor apoiar quem quiser.

Locutor 1 – Mas o surpreendeu?

Alckmin – Ah, os tempos estão mudados, e é um direito do eleitor julgar, eu acho que cabe ao eleitor também julgar. E digo mais: ninguém comanda voto no segundo turno, essa é a realidade, o eleitor é livre, livre, não tem comando de voto no segundo turno.

Locutor 3 – O sr. não ficou com uma pontinha de inveja de Genoíno?

Alckmin – Não, de jeito nenhum acho que cada um decide como quer, aliás, eu não posso reclamar de apoio, porque...

Locutor 2 – O sr. deve ter recebido apoio dessa área também.

Alckmin – Veja bem, o PTB, quase inteiro conosco, o PPS, quase inteiro, o PV inteiro, o PSB quase inteiro, o PDT toda a bancada estadual, mesmo o PPB. Quem é o prefeito da cidade mais importante, Santos, está conosco. Os deputados federais, o Vadão, o Celso Russomano, estão conosco, os deputados estaduais, Edson Gomes, Gilson, lá de Franca, estão conosco, quer dizer então. Mas eu acho que o importante é o seguinte: no primeiro turno você tem preferência, no segundo turno você tem rejeição, no primeiro turno você escolhe, no segundo turno não tem jeito, não tem assim comando de voto, mas eu respeito muito a opinião de cada um, acho que é um direito das pessoas escolherem, acho que é um direito da população julgar”.(Bandeirantes –22/10/02).

“Repórter – O candidato do PT, Genoíno, faz questão de jamais associar a imagem dele a Maluf, mas se Lula disse que quer o voto até de quem não quer mudança, a matemática de Genoíno o faz receber bem os líderes do PPB.

Genoíno – Estamos recebendo manifestações de lideranças e prefeitos do PTB, eu quero expressar que todos os malufistas, eu quero que votem no Genoíno no 2º turno, independente de aliança, que nós não temos aliança com Maluf, mas eu respeito muitas lideranças do PPB, como o Delfin Neto, Cunha Bueno e muitos prefeitos pebevistas”.(Bandeirantes – 10/10/02).

Pudemos perceber que a rádio Bandeirantes optou por uma cobertura mais neutra, com matérias que abordavam mais candidatos e sem expressar opinião sobre nenhum deles, embora nestas duas matérias citadas anteriormente o repórter tenha provocado os candidatos Alckmin e Genoíno a se posicionarem sobre a opção política de Maluf em apoiar o candidato do PT. No entanto, quando se tratava dos momentos de debate as críticas aumentavam, revelando – como em outras emissoras - uma descrença na discussão pública e na troca de idéias entre políticos, e que podem ajudar o eleitor a se decidir e, portanto, devem ser estimuladas e não combatidas com críticas pessoais.

### **Rádio CBN e a Cobertura Eleitoral**

A CBN se diferenciou das outras emissoras pelo maior número de entrevistas, não só com candidatos, mas também com políticos em geral e especialistas. A rádio contou também com um jornalista do *Diário de S. Paulo*, da Organização Globo, que era entrevistado diariamente e opinava sobre o curso da campanha e os fatos em destaque na mídia. A transcrição abaixo se refere ao segundo turno, período em que Maluf declarou apoio ao candidato José Genoíno:

“Locutor - Bom dia Pablo Pereira. Ontem o Paulo Maluf, ex-governador e ex-prefeito, foi a público e disse que vai votar no Genoíno e recomenda que se vote no Genoíno. Isso muda alguma coisa pro eleitor do Maluf nesse momento, ele que já, pela pesquisas, teria se decidido anteriormente?

Pablo Pereira – Dificil a situação desse eleitor aí, né Milton? Muito difícil, não só porque perdeu a eleição, mas porque esse voto malufista é um voto de crédito muito na pessoa do prefeito. Agora hoje o Diário está dando uma reportagem sobre esse assunto e a gente vê por exemplo, na fotografia, o deputado Conte Lopes, que é pepebista, foi reeleito com excelente votação, você imagina como é que vai fazer agora o deputado Conte Lopes para defender o voto no Genoíno. É uma situação muito complicada.

Locutor – E na reportagem também se verifica que setores do PPB deixam isso bem claro.

Pablo Pereira – É uma divisão muito forte entre os seguidores do ex-prefeito Paulo Maluf. E tem um outro complicador para ele eleitor, que é a eleição para prefeito daqui dois anos, como é que essas lideranças do PPB vão fazer para se reorganizar para disputar a prefeitura de São Paulo, que passa a ser, depois dessa derrota no governo do estado, já uma eleição que eles tem que olhar com cuidado para não perder ainda mais o espaço no estado de São Paulo. O voto malufista está numa situação complicadíssima. Isso que você acabou de dizer, que os jornais estão dando hoje, que o Diário conta também, dessa divisão interna, quer dizer, já se fala disso dentro do próprio partido. Agora o chamado dele, o anúncio do voto dele à Genoíno, ele ocorre só também depois da segunda pesquisa, quando Genoíno está em queda. A gente nota que quando acontece o primeiro turno, é comum os líderes

políticos anunciarem logo seus apoios para o segundo turno, Maluf esperou duas pesquisas para se manifestar, justamente porque não havia dentro do grupo dele um consenso de para onde vai o voto. Esse eleitor, Milton, não sei se você concorda comigo, mas esse eleitor de Maluf, no espectro político, está mais próximo, bem mais próximo da candidatura do PSDB do que da candidatura de Genoíno.

Locutor – Até pelo próprio trabalho que o PPB liderado pelo Maluf já fez há algum tempo, que era uma posição completamente contrária a do PT, até mesmo porque teve esse confronto direto com o PT nas últimas eleições.

Pablo Pereira – A gente ouve as lideranças do PPB, e isso é comum você ouvir no eleitorado malufista, a expressão anti-petismo, então estamos vivendo uma situação realmente complicada para esse eleitor, mas ele vai ter que votar, vai ter que escolher entre uma candidatura e outra. Eu estava ouvindo ontem um comentário seu pela manhã, que uma parcela desse eleitor do Maluf já migrou para Alckmin, né?

Locutor – A maioria já migrou para Alckmin segundo pesquisa do Datafolha.

Pablo Pereira – Então eu acho que temos aí um caso em que o líder não vai repassar muito essa intenção de voto não.

Locutor – Está certo, Pablo, até amanhã.” (CBN – 22/10/02)

Isso explica o alto índice de matérias Avaliativas, 21,6%, e também das Entrevistas, 23%. Além disso, houve um grande uso de Repórteres (26%) e de Sonoras de Políticos (23%), apesar de 25% das matérias serem apenas com um apresentador em estúdio. A cobertura no geral foi Episódica (50%) e com Apresentadores Informativos (81,4%).

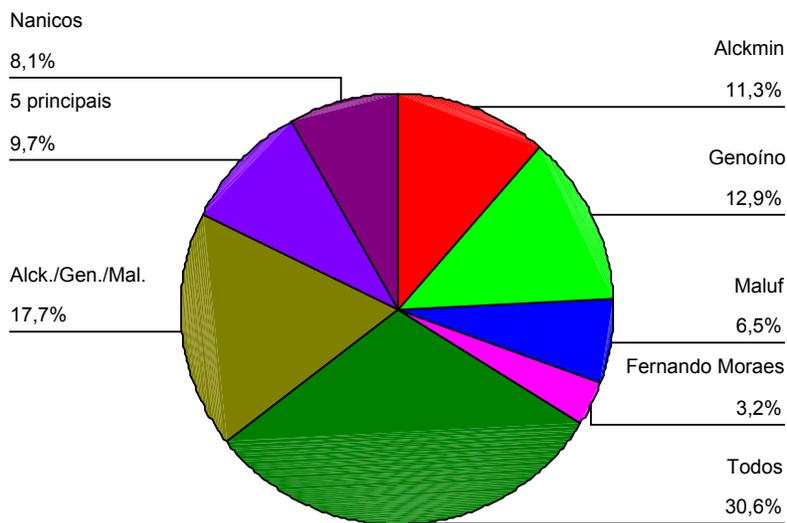
Esta emissora optou no primeiro turno por matérias em que apareciam todos ou os três primeiros candidatos. Nas individuais Alckmin e Genoíno tiveram um espaço aproximado, enquanto Maluf saiu prejudicado, com quase metade do espaço dedicado aos seus adversários. A emissora se destacou pela série de entrevistas com candidatos, inclusive os com menores índices nas pesquisas, representados no gráfico pela categoria Nanicos, pois individualmente apareciam em torno de 1% das matérias. Acreditamos que apesar desta postura democrática da CBN muitos desses candidatos estão em partidos políticos que se constituem apenas em legendas de aluguel e, ao invés de usarem o espaço para apresentarem seus programas de governo apenas criticam outros candidatos. Neste trecho de entrevista podemos notar a utilização desse espaço concedido pela emissora.

“Locutor – Sr. Osmar Lins, o sr. como candidato do PAN, o partido do sr. é um partido político de esquerda, é um partido político de direita, como é que o seu partido se situa ideologicamente?

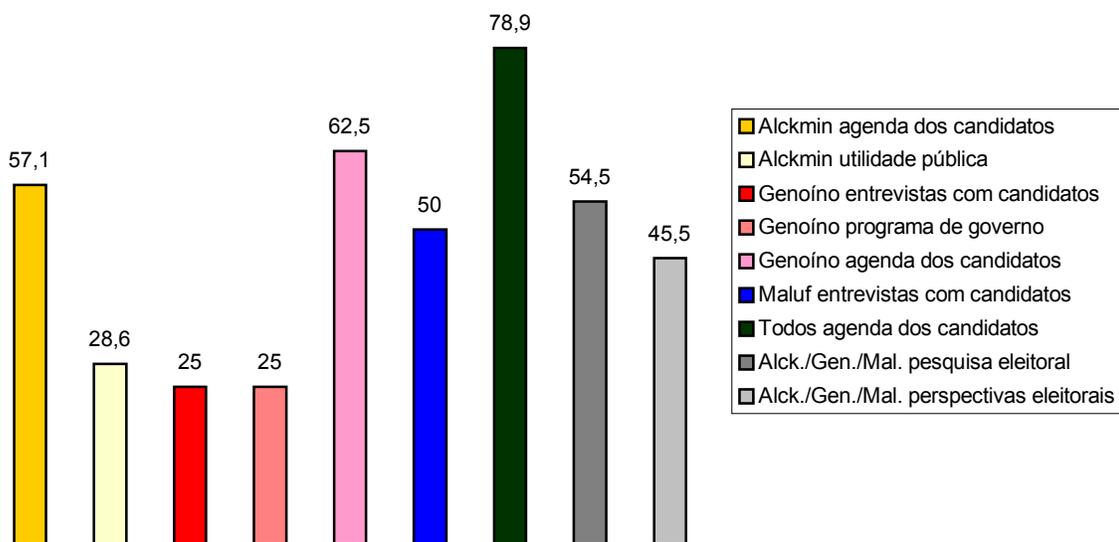
Osmar – Eu diria que é de centro, porque esquerda é o partido que fala que o salário tem que ser de mil e não sei quanto, que o trabalhador não vota em patrão, e a gente não pode viver sem patrão, eu não quero falar... Hoje eu sou partido de oposição, o nosso partido é um partido de centro e eu não considero nem um partido de direita nem um partido de esquerda. Porque isso não existe mais, acabou a esquerda, o que a gente tinha aí que parecia

ser esquerda, não é um partido de esquerda, não é um partido revolucionário, seria mais um partido irritador e que hoje, aliás, você sabe, a maneira da gente saber se um governo é bom é deixar que ele seja eleito e no fim a gente vai ver o resultado. Nós temos um partido aí que só não pôs o presidente da república, o resto colocou, e até hoje não fez nada, então você vê um cara há 20 anos no governo falando: eu quero uma oportunidade, que quero fazer, não fez nada, não tem um marco. Eu gostaria de saber dos 94 deputados, dos 70 de São Paulo, qual a obra, um projeto que marcasse. Então um governante tem que ter vontade de governar para deixar o seu nome na história, para os seus filhos, os filhos de seus amigos, para dizerem assim: olha, fulano passou por aqui, deixou isso feito. Porque o que eu vejo aí é o interesse, é uma negociata, então no meu caso eu me acostumei com pouco, que não quero muito, eu não preciso de muito para viver. Eu tenho que fazer regime para não comer muito, então eu quero, eu acho que o ser humano precisa ser respeitado, tomar remédio para aliviar a dor, não para curar, para acabar com a doença, mas para aliviar a dor, ter um mínimo de dignidade, respeito, transporte, trabalho, uma casa para morar, ser cumprimentado pelos vizinhos, sair pra rua e não sair nervoso porque o outro passa e deixa no ponto. Os empresários, eu já fui contador de empresas de ônibus, os empresários só pensam no bolso deles, e não só os empresários não, a prefeitura, os órgãos que administra, eu conheço os funcionários que prestam serviços dentro das empresas, fazendo bicos onde tinha que fiscalizar, e depois voltam para seus gabinetes, são tudo cara de pau, essa é que é a grande verdade. E eu fiquei, eu não ganhei as eleições, por que vocês não me convidaram para dar uma sugestão, falar: ô Osmar, você foi candidato a prefeito, deve ter um lado muito bom, não teve a oportunidade de governar, dá um conselho pra prefeita ou pro governador, o que é que você faria? Mas se eu na outra eleição saio candidato e ponho a cara, eu tenho oportunidade de falar, mas se ela me convidasse, eu ensinava. Eu fui contador de duas das maiores das empresas de ônibus, conheço duas, três, quatro folhas de pagamento dentro das empresas, e os funcionários da antiga prefeitura, que era CMTC, a prefeitura, estão fazendo bicos dentro das empresas e voltando pros gabinetes, e eles sabem disso, e a prefeitura sabe, eu nunca vi um empresário, agora sim, tem alguns aí que mudam a empresa, está cheio de transporte alternativo, perua, com os nomes das grandes empresas...” (CBN – 10/09/02)

### CBN



### Candidatos x subtemas - 1º turno CBN



Este gráfico mostra que as matérias em que apareciam todos os candidatos mostravam a Agenda do dia, e as que mencionavam os três primeiros candidatos, Alckmin, Genoíno e Maluf, mostravam suas posições nas Pesquisas Eleitorais e os desdobramentos da campanha através das Perspectivas. Alckmin e Genoíno também tiveram suas aparições concentradas na Agenda, e o candidato do PSDB teve algumas menções referentes à Utilidade Pública, pois no início da campanha houve um pedido de impugnação de sua candidatura. O representante do PT teve um índice mais significativo que seus concorrentes no subtema Programa de Governo, e também deu algumas entrevistas, assim como Paulo Maluf. Exemplos:

“Repórter – Eu estou acompanhando o candidato Alckmin, ele que classificou como sem sentido a ação movida pelo ministério público e eleitoral que requereu a cassação do registro da candidatura dele por uso da máquina do governo na campanha. O candidato tucano declarou que foi usada a imagem de carros da polícia, imagem exibida na propaganda do dia 20, isso segundo Alckmin não é uso da máquina governamental. Sobre a questão da condenação para devolver R\$ 100 mil ao tesouro, por suposto uso ilegal de dinheiro e bens públicos por parte do governo em publicação oficial para promoção pessoal, Alckmin disse que vai recorrer dessa decisão. A imagem do candidato aparece numa publicação da CPTM junto à outras autoridades e também na internet. Alckmin disse que está tranqüilo sobre os dois casos. Ele participou de um encontro agora pouco com empresários da região do ABC paulista, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra, onde foi muito cobrado na questão da segurança pública. Agora pouco na saída, inclusive, o candidato Geraldo Alckmin enfrentou alguns manifestantes que protestaram contra a construção de um centro de detenção em São Bernardo do Campo”.(CBN – 26/09/02)

“Locutor – Sr. Maluf, que impacto o sr. acha que provoca na cabeça do cidadão, eu ontem vi no horário eleitoral o sr. fazendo uma afirmativa dizendo: olha, vote em mim que eu serei o melhor governador que São Paulo já teve. Logo depois, na campanha do PSDB, eles repetem aquela frase que o sr. disse “se o Pitta não for um bom prefeito não vote mais em mim”. O que pesa mais na cabeça do eleitor numa hora dessa quando vê duas afirmações tão diferentes?

Maluf – Veja, você mesmo agora confirmou, a campanha suja dos meus concorrentes que não tem programa de governo e decidem me atacar. Eu quero dizer Heródoto que a coisa que mais me orgulho é que o Datafolha, 3 anos depois que eu saí da prefeitura de São Paulo, eles disseram em pesquisa científica, o melhor prefeito de São Paulo foi Maluf. Agora se os outros repetem aquela frase a que eu me referi, eu quero ter toda humildade, eu errei na vida uma vez.” (17/09/02).

No segundo turno o tempo destinado aos candidatos privilegiou a cobertura a favor de Genoíno, que apareceu 55,5% das vezes, enquanto seu adversário apareceu 44,5%. A

emissora centralizou a temática do segundo turno em torno dos Debates, inserindo trechos durante os programas e comentando-os:

“Locutor – Os candidatos ao governo de São Paulo, Alckmin, do PSDB que concorre à reeleição e Genoíno do PT, participaram de um debate realizado ontem à noite na rede Bandeirantes. Segurança, educação e transportes, foram alguns dos temas discutidos. Vamos pegar segurança porque esse inclusive provocou um bate-boca mais pesado entre os dois candidatos. Segurança foi uma das polêmicas do debate, Genoíno falou até em toque de recolher em São Paulo, o que Alckmin negou.

Alckmin – Eu acho que o deputado Genoíno se equivocou, toque de recolher é no governo do PT, lá no Rio de Janeiro, não é aqui em São Paulo. A polícia há problemas sim a resolver, essa é uma área que não há mágica, no mundo inteiro o grande desafio é o problema da segurança pública. Aqui não tem toque de recolher, aqui tem comando, aqui não tem nada dominado, aqui tem polícia na rua, não tem um local do estado de São Paulo que a polícia não esteja presente, nenhum local que a polícia não esteja presente.

Locutor – Agora o outro lado, Genoíno insistiu que há toque de recolher sim, em São Paulo. Genoíno – Eu sei que a segurança é um problema grave. A companheira Benedita assumiu um governo há 6 meses, você está no governo há 8 anos, isso é importante deixar claro. Em São Paulo sim tem toque de recolher, isso aconteceu no Jardim Conceição, na cidade de Osasco na região metropolitana de São Paulo.

Locutor – O outro lado. Alckmin foi duro com o mediador do debate, o jornalista José Paulo de Andrade da Bandeirantes, que concedeu o primeiro direito de resposta.

Alckmin – E se há alguém que não tem autoridade para falar de segurança é exatamente o PT, veja a situação calamitosa do Rio de Janeiro. Pra fazer eleição teve que buscar o exército, buscar o exército. O PT sempre está do outro lado, no caso do enfrentamento que nós tivemos com o crime organizado lá na Castelinho, onde é que estava o PT? Não estava do lado da polícia, não estava do lado das nossas instituições, estava do outro lado, antes de chegar os laudos, já questionando a ação da polícia. No caso daquela carta daquele homem que roubou, matou um pai de família e fez uma carta caluniosa contra o secretário, onde estava o PT? Do outro lado, não do lado da polícia.

Genoíno – Eu solicito o direito de resposta porque quando o governador falou de um lado disse que o PT estava do outro lado, ele induziu...

Mediador – Concedido o direito de resposta.

Genoíno – Quando você se refere ao episódio da Castelinho, esse episódio ele deve ser plenamente esclarecido, você sabe que tem uma investigação da justiça de São Paulo. Os dois juízes foram afastados, a polícia tem que ser enérgica tem que ser firme, mas dentro da legalidade. A polícia tem que ser polícia e bandido é bandido, polícia não pode fazer acordo com bandido para fazer ações ilegais porque ela perde autoridade, e é necessário que a polícia seja firme, bem orientada, bem conduzida, com competência. Ela tem autoridade para combater o crime organizado.

Locutor – Bem, esta aí, portanto o Alckmin e o Genoíno num trecho do debate sobre segurança no debate de ontem à noite na rede Bandeirantes.” (17/10/02).

A CBN foi a emissora que mais abriu seu espaço para a discussão de idéias, através das entrevistas com candidatos, dos comentários diários do jornalista convidado e de outras entrevistas com membros dos partidos concorrentes e cientistas políticos. Acreditamos que

estas discussões inovam a cobertura dada pelas rádios e ajudam os ouvintes a se situarem melhor no cenário eleitoral, pois ao invés de se ouvir apenas um jornal com os fatos do dia, há sempre uma reflexão sobre o contexto político. Apesar disso ressaltamos que nem todos os candidatos sabem utilizar este espaço para debater suas propostas, e muitas vezes se perdem em críticas e ataques a outros candidatos.

### **A Fala**

Um dos instrumentos mais importantes do rádio é a fala, pois é somente através dela que a informação chega ao ouvinte, diferentemente da televisão que conta com o auxílio de imagens para ilustrar os fatos e também com a própria expressão facial e gestual dos apresentadores. A partir da pesquisa sobre a cobertura das eleições de 2000 pelo rádio, percebemos a importância das diferentes formas de entonação na transmissão das notícias. Muitas matérias, apesar de terem um texto neutro, eram apresentadas com entonações irônicas, o que transformava totalmente o seu sentido. Assim, decidimos incluir a categoria Fala<sup>51</sup> em nossa nova análise, e criamos seis subitens: Neutro, fala sem alteração de ritmo e volume na voz; Ironia, fala marcada por uma pequena pausa e mudança de entonação no meio da notícia, enfatizando um aspecto negativo; Indignação, fala com volume mais alto de voz e mais incisiva na crítica, conotação negativa; Entusiasmo, fala com volume de voz mais alto, conotação positiva; Drama, fala mais grave e mais lenta, geralmente acompanhada por fundo musical e Decepção, fala pessoal crítica sem alteração de volume e ritmo da voz.

Durante a fala, diversos recursos vocais são utilizados e os locutores, aproveitando-se desses recursos procuram prender a atenção do ouvinte. Segundo Knapp e Hall, no livro “Comunicação não-verbal na interação humana”, a variação da voz em ritmo e volume aumenta a compreensão do ouvinte e, conseqüentemente, atribui mais credibilidade e persuasão à fala do locutor. Este caráter persuasivo produz resultados em certos tipos de

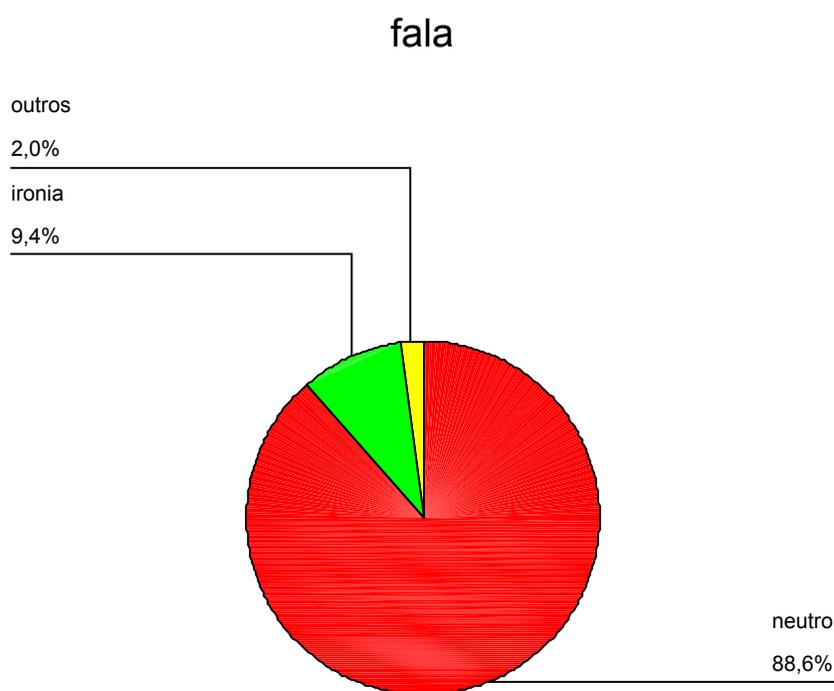
---

<sup>51</sup> Os poucos estudos que encontramos nesta área eram da Fonoaudiologia. Para compreendermos este tipo de análise entramos em contato com a Profa. Dra. Leslie Piccolotto, da PUC-SP que estuda a questão da voz nos meios de comunicação. Apesar dos termos muito técnicos utilizados na bibliografia sugerida pela professora, conseguimos extrair dados importantes para uma melhor compreensão da utilização da voz no rádio.

ouvintes que se deixam convencer e influenciar a médio prazo. Segundo o jornalista Álvaro Bufarah da Radiobrás, “um bom comunicador de rádio faz do microfone uma arma, emprestando às suas palavras a credibilidade conquistada com anos de trabalho”.<sup>52</sup>

O envolvimento do profissional do rádio com a voz é o que possibilita, portanto, o envolvimento do ouvinte. Ao modificar a entonação de sua voz o locutor transmite seu sentimento e, ao intensificar determinadas palavras ou frases, captura o ouvinte de modo que ele não possa ficar indiferente à sua fala. “As mudanças no estado emocional, por sua vez, resultam em mudanças na respiração, fonação e articulação, que levam então à uma mudança no sinal vocal. Dessa forma os ouvintes podem inferir sobre o estado emocional do falante por meio do sinal vocal.”<sup>53</sup>

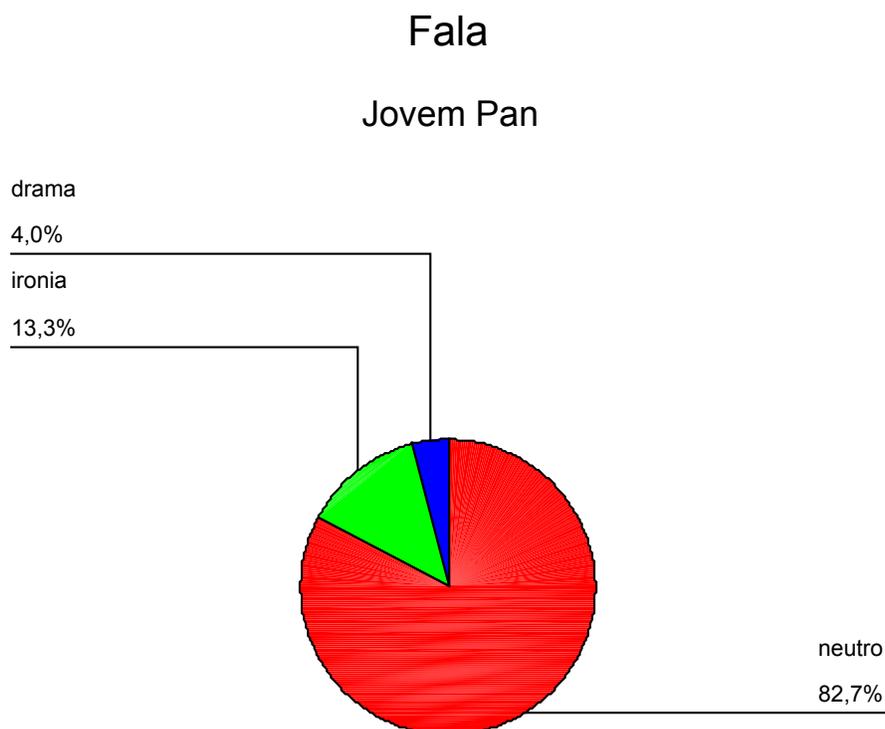
Na nossa pesquisa constatamos que a grande maioria dos apresentadores falou de forma neutra (88,6%), apesar de algumas entonações irônicas (9,4%). As demais categorias apareceram poucas vezes e juntas somam apenas 2%.



<sup>52</sup> Entrevista concedida às pesquisadoras em 19/03/03.

<sup>53</sup> BERTOSSI, L. de Sá – “Da televisão ao telespectador: repensando o trabalho fonoaudiológico na voz profissional”. p. 82



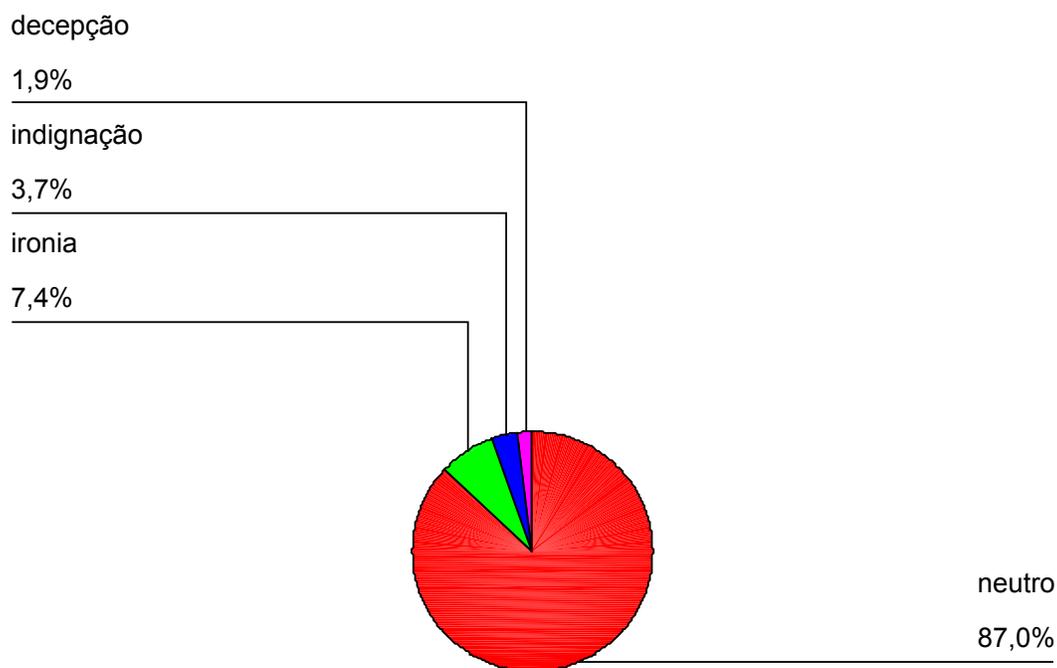


A Bandeirantes foi a emissora em que os apresentadores mais diversificaram sua fala, mostrando além da Ironia (7,4%), Indignação(3,7%) e Decepção (1,9%). O exemplo mostra a indignação do locutor com algo que viu pintado em um muro:

“Locutor - A gente vai falar agora dos candidatos, só que **antes eu quero registrar uma cena que eu não imaginava ver, mas que eu vi**. Muros pintados lá na região de Mogi, que é o reduto principal do presidente nacional do PL, Valdemar Costa Neto, então lá estava escrito: **deputado federal, o nome dele, presidente Lula, governador, Maluf, todo mundo junto ali, nos mesmos muros da região de Mogi, então por aí você vê...**” (Bandeirantes – 23/07/02).

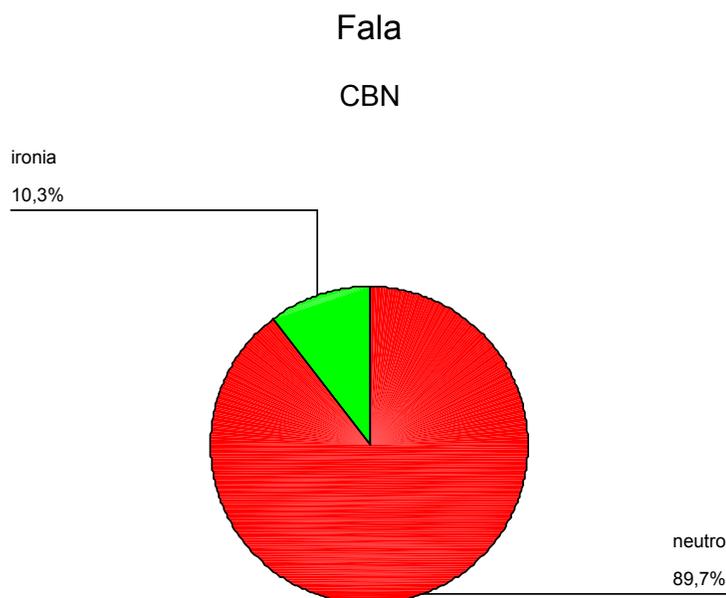
## Fala

### Bandeirantes



A CBN teve um perfil mais próximo ao da Eldorado, pois além das neutras apareceram apenas as falas irônicas (10,3%). Exemplo:

“Locutor – Bem, nós estamos conversando com todos os candidatos ao governo de São Paulo, começamos ontem com dois candidatos, hoje mais dois candidatos. O primeiro deles é Osmar Lins do PAN. Sr. Osmar eu gostaria agora que o sr. conversasse um pouco a respeito da campanha do sr. ao governo de São Paulo. Eu me lembro de ter feito uma entrevista com o sr., a última foi quando o sr. foi candidato a prefeito, você está lembrado? Foi no Pátio do Colégio. Agora sr. Osmar Lins, de todas as campanhas que você participou, inclusive da passada, o índice do sr. foi baixíssimo, menos de 1%, o sr. nem está aparecendo de novo nessas pesquisas de agora. A que o sr. atribui isso sr. Osmar?” (CBN – 10/09/02).



Portanto, a fala é um aspecto importante a ser levado em conta em uma análise do rádio, pois é através dela que os ouvintes tomam conhecimento das notícias e é também através dela que estas mesmas notícias podem ser passadas de diferentes maneiras conforme a variação no uso da voz.

### **E) Considerações Finais**

A Legislação Eleitoral que vigorava – nº 9.504 de 1997 – para os meios de comunicação, extremamente rígida, previa que as emissoras deveriam dar espaço igual a todos os candidatos que disputavam a corrida eleitoral, controlando, dessa forma, o tratamento diferenciado a determinado candidato. As emissoras autocensuravam certos temas que poderiam ferir algumas candidaturas, e abrir possibilidade de processos judiciais por parte de candidatos que se sentissem prejudicados e/ou caluniados pelas emissoras.

A Legislação Eleitoral inviabilizou uma cobertura diferenciada entre as emissoras de rádio e de televisão. Os temas eram praticamente os mesmos e giravam basicamente em torno das Campanhas Eleitorais e Candidatos. No entanto os arranjos e as formas de

divulgação destes temas é que se distinguiram. O enquadramento, muitas vezes, era o que diferenciava as emissoras.

Devido aos limites estabelecidos por esta Legislação as emissoras se limitaram a enfocar a Agenda dos Candidatos – momento de divulgação do dia-a-dia dos candidatos – distribuída previamente pelas assessorias de imprensa. As Pesquisas Eleitorais – com gráficos e relatos sucintos das ‘subidas e descidas’ dos diferentes candidatos; os Debates Políticos e as Entrevistas foram os sub-temas que se distinguiram.

As emissoras de televisão Globo e Bandeirantes adotaram a prática da realização de Debate Político – compreendido como uma estratégia política utilizada para introduzir algo de novo na cobertura jornalística das eleições. Mesmo assim a realização dos debates políticos, extremamente limitada pela Legislação e pelas regras negociadas entre as emissoras e as assessorias dos candidatos, provocaram um engessamento no debate, inviabilizando a livre exposição de idéias das emissoras, através de perguntas dos jornalistas aos candidatos e dos próprios candidatos questionando seus adversários políticos.

Comparando a cobertura jornalística das eleições municipais e das eleições estaduais, pode-se observar que os temas que mais se destacaram foram os mesmos, Campanha Eleitoral e Candidatos. Os temas da Cidade e da Administração Pública praticamente desaparecem do noticiário, principalmente no segundo turno das eleições, ficando concentradas no primeiro turno, quando das apresentações dos problemas da cidade e do Estado e dos diferentes candidatos que estavam disputando as eleições.

No primeiro turno das eleições municipais houve um levantamento dos problemas da cidade. Já no segundo turno, apareceu uma cobrança direta e indireta dos candidatos, na intenção de divulgar ao eleitorado as soluções de cada um dos concorrentes para os problemas levantados durante a primeira etapa. Os apresentadores, no primeiro turno, interpretaram as notícias e tiveram posturas avaliativas mais que no segundo turno. A mesma tendência se verificou no enquadramento das matérias – a abordagem da cidade no segundo turno foi menos tendenciosa do que no primeiro.

Embora as matérias de Cidade nas eleições municipais correspondam apenas a 12% do número de reportagens, elas equivalem a quase 20% do tempo total, ou seja, essas matérias têm uma duração maior do que as demais matérias, o que indica a relevância que o tema teve para o processo eleitoral.

A Band e o Canal 21 realizaram debates eleitorais nas eleições municipais e, devido a este fato, o subtema Debate Político (Campanha Eleitoral) ganha destaque nas matérias, havendo uma cobertura total dos momentos anteriores ao debate (acordo com as assessorias

dos candidatos, a preparação dos candidatos, a preparação do cenário do local do debate, entrevistas com populares, cabos eleitorais e candidatos), do momento do debate (perguntas dos arguidores e respostas dos candidatos, bastidores do debate e platéia que acompanha o debate), do momento posterior ao debate (repercussões, auto-avaliação dos candidatos, pesquisas realizadas pela emissora para avaliar o desempenho dos candidatos).

A Globo foi a emissora de televisão que deu a maior cobertura nas eleições municipais e estaduais, decorrente da importância que esta emissora atribui ao telejornalismo. Para ‘fugir’ da legislação eleitoral e expressar um posicionamento político, a Globo apresentou séries especiais, nas duas eleições, que problematizavam questões intrínsecas à política – representação política e discriminação das funções dos diferentes cargos políticos em disputa –, até a realização de programas cujo objetivo era denunciar situações de desemprego, condições precárias de moradia, problemas do sistema de educação, por exemplo. Porém, para não sofrer sanções da Justiça eleitoral, a emissora não citou nessas séries, nomes de políticos e nem de partidos.

O enquadramento utilizado pelos apresentadores no primeiro turno das eleições municipais como nas estaduais, foi na grande maioria o do tipo informativo, e o enquadramento dado as matérias ficou mais concentrados no do tipo episódico, o que garantiu um tom mais neutro por parte das emissoras durante o período analisado.

No segundo turno das eleições, havendo dois candidatos apenas, a cobertura dos telejornais sobre a disputa foi mais diversificada. Outra mudança significativa está no tipo de enquadramento utilizado. Apesar do enquadramento informativo ter sido ainda o mais utilizado pelos apresentadores, tem-se um aumento dos enquadramentos avaliativo, interpretativo indireto e interpretativo. O mesmo aconteceu com os enquadramentos dado as matérias, que teve um aumento dos enquadramentos plural aberto, avaliativo e restrito. As mudanças de enquadramentos permitiram um tom mais crítico das emissoras com relação às duas candidaturas.

As eleições municipais de 2000, que envolveram as candidaturas de Marta Suplicy e Paulo Maluf, além de Romeu Tuma, Luiza Erundina e Geraldo Alckmin, foi uma eleição pautada pelo “Bem e Mal” – uma grande parte dos candidatos se colocavam contra Maluf e Celso Pitta e a favor da cidade de São Paulo e, aquela conjuntura política foi caracterizada pela investigação da Máfia dos Fiscais. Os telejornais se posicionaram em vários momentos

a favor de uma renovação na vida política paulistana, destacando-se nessa luta a TV Globo que deu mais destaque ao discurso de moralização e de ética na política.

No segundo turno, novamente os temas Campanha Eleitoral e Candidatos predominaram. Agora havia somente as candidaturas de Marta Suplicy do PT e Paulo Maluf do PPB. Os candidatos foram acompanhados em todos os momentos, desde a gravação do HGPE até visitas familiares realizadas pelos políticos. Tanto a Globo como a Band e o Canal 21 realizaram debates políticos, fazendo com que o tema Campanha Eleitoral aumentasse consideravelmente.

A divulgação das pesquisas eleitorais foi uma constante no telejornalismo local. Utilizando a análise de Porto (2001) sobre enquadramentos, podemos afirmar que ocorre o enquadramento de “corrida de cavalos” (*horse race frame*), ou seja, que “este enquadramento concebe a evolução da campanha como uma corrida entre os candidatos. A ênfase está em quem está avançando ou quem está ficando para trás e, portanto, nos resultados das pesquisas e nas estratégias de campanha dos candidatos” (PORTO, 2001, p. 13).

Quanto ao conteúdo das matérias divulgadas pelas emissoras, podemos afirmar que predominaram matérias informativas, ou seja, um enquadramento em que o locutor relata um fato/evento/ação ou introduz um tema. Também predominou as matérias episódicas, o que significa dizer que as emissoras não atribuem nenhuma interpretação à notícia e se limitam a relatar algum fato/evento/ação ou tema. Portanto, o que prevaleceu na cobertura jornalística das eleições foram matérias episódicas e plural aberta, demonstrando que a cobertura, de modo geral, não foi tendenciosa.

A cobertura do radiojornalismo não irá se diferenciar muito dos telejornais, nas eleições de 2000 e 2002. O rádio tem uma grande importância devido ao seu caráter popular e seu amplo alcance, chegando a desempenhar o papel de “companheiro”. Portanto, a isenção do meio é essencial para que a população se mantenha informada de forma neutra e possa fazer interpretações e escolhas autônomas.

A isenção se refere à veracidade na divulgação dos fatos e não a uma abstenção por parte dos comunicadores ou empresas de comentarem o processo político e eleitoral. No caso das rádios estudadas nas eleições de 2000, a Jovem Pan pode ser caracterizada como mais isenta, pois durante os noticiários fazia uma distinção entre as matérias informativas e as opinativas, apesar de seus comentaristas apresentarem suas versões dos

fatos como verdades absolutas, enquanto a Eldorado expressava sua opinião ao longo dos jornais através de comentários irônicos e da vinheta.

Apesar dessa mudança, a desmoralização da política ainda pode ser percebida em alguns aspectos na cobertura do rádio-jornalismo. O mais evidente na eleição de 2002 foram as críticas ao HGPE, que foram analisadas como uma imposição autoritária e como um circo, onde tudo o que se passava era apenas encenação, generalizando todos os candidatos na figura de mentirosos. Na nossa opinião o HGPE é um momento importante no período eleitoral, pois é a partir dele que muitos votos são decididos. E, portanto, para os eleitores, este espaço é significativo na decisão de seu voto e não pode ser combatido. As críticas devem ser feitas, mas não no sentido de extingui-lo e sim de aperfeiçoá-lo. O HGPE deve sofrer modificações, mas é importante para a consolidação da democracia no país e para que o eleitor tome conhecimento dos pleitos eleitorais. Para o jornalista Álvaro Bufarah, a questão da descrença na política é educacional:

*“Precisamos mostrar à população parâmetros melhores em todos os níveis, incluindo a comunicação. Ou seja, este é um projeto para mais de uma geração, que precisa ser melhor avaliado. Não podemos deixar de lembrar aos colegas comunicadores que todos temos uma função social e que temos que exercê-la com responsabilidade e não simplesmente visando popularidade ou riqueza.”<sup>54</sup>*

Além de críticas construtivas a isenção é outra meta importante para o meio. Apesar de muitos jornalistas acreditarem que ela é utópica, deve ser perseguida, pois ao ter a isenção como ideal, os profissionais se pautam em valores éticos e morais que ajudam a barrar o jogo de interesses. Para Bufarah, “muitas vezes o profissional de comunicação é envolvido neste processo sem consciência, sendo apenas um instrumento de interesses maiores, escondidos em informações ‘quentes’”.<sup>55</sup> Portanto, a neutralidade dos meios de comunicação deve ser perseguida para que a população tenha acesso a uma informação livre de interesses.

Um outro aspecto que pode ser observado diz respeito às entrevistas, realizadas pelas emissoras de rádio e de televisão durante o período eleitoral são utilizadas como uma

---

<sup>54</sup> Entrevista concedida às pesquisadoras em 19/03/03.

<sup>55</sup> Idem

maneira de divulgar algo a mais do que a mera agenda do candidato. Ao elaborar questões para os candidatos, as emissoras podem introduzir argumentações e críticas aceitas pela dinâmica dos programas, situação inviável nos jornais diários desses meios de comunicação, devido à Legislação Eleitoral vigente.

Através da análise dos enquadramentos das matérias encontra-se a confirmação, sobre a neutralidade da cobertura jornalística da campanha eleitoral para o governo estadual em 2002. No caso específico do telejornalismo, o tipo de enquadramento que mais prevaleceu foi o episódico, na qual a notícia é apenas relatada e, não há qualquer interpretação sobre os fatos. A baixa frequência dos tipos restrita, plural fechada e avaliativa reforçam a afirmação, demonstrando que nenhum dos candidatos obteve maior espaço dentro dos telejornais e, nem que a pauta desses também serviram para favorecê-los, podendo ser confirmado pela análise da frequência do enquadramento plural aberto, sendo maior que a soma dos três tipos de enquadramentos anteriormente citados.

Apesar de não tratarem da mesma forma todos os candidatos, a cobertura jornalística sobre a disputa ao governo do Estado em 2002 foi bem equilibrada, já que na maior parte, os apresentadores utilizaram-se do enquadramento informativo, relatando apenas o evento e, com o enquadramento episódico em suas matérias. Um ponto positivo deve ser levantado sobre o fato das emissoras não dedicarem o mesmo espaço para todos os candidatos, ficando centralizadas nos candidatos que realmente apresentam uma chance de serem eleitos, é o fato de poderem divulgar mais matérias sobre o programa de governo desses e, como foi analisada anteriormente, a duração dessas reportagens foi significativa durante o primeiro turno.

Verifica-se também que os telejornais não favoreceram nenhum do candidato, pois durante o primeiro turno, as matérias com declarações do candidato tiveram uma baixa frequência, devido ao fato das reportagens se limitarem a colocar sua imagem sem fala nas matérias. No segundo turno com apenas dois candidatos o número de casos das matérias com suas declarações foi maior.

A grande maioria das matérias jornalísticas possui algum tipo de imagem, seja de apoio (fora do estúdio), seja gráficos e tabelas. São raras as matérias que são narradas apenas pelo apresentados. Esta constatação reforça a idéia da importância dessas imagens nos telejornais. No radiojornalismo o inverso pode ser considerado, pois são

poucas as matérias gravadas fora do estúdio, com exceção das sonoras realizadas com os candidatos, ou através de entrevistas ou declarações dos mesmos.

Um outro ponto que merece destaque diz respeito à mudança na própria atuação dos meios de comunicação que permaneceram mais neutros do que nas eleições municipais de 2000 na cidade de São Paulo. Esta mudança de postura pode ser interpretada como decorrência de alguns aspectos: devido à Legislação Eleitoral, as emissoras seguiram à risca suas determinações e montaram uma estrutura interna de acompanhamento da cobertura e, principalmente do tempo dado a cada candidatura; com tal atitude, procuraram reforçar a credibilidade das emissoras no tocante à imparcialidade da cobertura. Os próprios partidos criaram equipes de acompanhamento do processo eleitoral, além da atuação de grupos de pesquisa que realizaram estes acompanhamentos em vários estados brasileiros.

O estudo dos meios de comunicação, portanto, é importante porque nos ajuda a compreender o processo de construção de representações sociais e de candidaturas nos diferentes processos eleitorais. Num contexto de predominância da televisão e dos telejornais como fonte principal de informação da maioria dos eleitores que vêem, ouvem e não lêem, percebe-se a importância da mídia nos processos eleitorais.

**F) Anexos****ANEXO 1**

## TEMAS E SUB-TEMAS PARA PREENCHIMENTO DA PLANILHA 2000

## 1 CIDADE

- 1.1 desemprego
- 1.2 transporte
- 1.3 violência
- 1.4 habitação
- 1.5 infraestrutura
  - 1.5.1 enchente
  - 1.5.2 saneamento básico
  - 1.5.3 buracos
  - 1.5.4 poluição visual
  - 1.5.5 lixo
- 1.6 saúde
- 1.7 educação
- 1.8 comércio informal
- 1.9 segurança
- 1.10 cultura e lazer

## 2 CAMPANHA ELEITORAL

- 2.1 pesquisa eleitoral
- 2.2 debate político
- 2.3 entrevistas com candidatos
- 2.4 agenda do candidato
- 2.5 resultados eleitorais
- 2.6 horário eleitoral
- 2.7 perspectivas eleitorais

## 3 CANDIDATOS

- 3.1 alianças
- 3.2 apoios
- 3.3 confrontos / ataques
- 3.4 programa de governo
- 3.5 cotidiano
- 3.6 declarações

## 4 OUTROS

- 4.1 utilidade pública (órgãos governamentais – TRE)
- 4.2 administração Pitta
- 4.3 sociedade civil (formas de organizações)
- 4.4 legislação eleitoral

## ANEXO 2

## MÍDIA, CAMPANHA ELEITORAL E COMPORTAMENTO POLÍTICO EM SÃO PAULO 2000

Nº DA FITA		DATA		HORÁRIO	
JORNAL		EMISSORA			
DURAÇÃO		TEMA PRINCIPAL			
SUB-TEMAS				MATÉRIA ESPECIAL	
CHAMADA					

## ENQUADRAMENTO DA MATÉRIA

APRESENTADOR					
	INFORMATIVA			INTERPRETATIVA INDIRETA	
	INTERPRETATIVA			AVALIATIVA	
MATÉRIA					
	RESTRITA		PLURAL FECHADA		PLURAL ABERTA
	EPISÓDICA		AVALIATIVA		
IMAGENS					
	SÓ APRESENTADOR			IMAGENS DE APOIO	
	GRÁFICOS E DIAGRAMAS			ILUSTRAÇÃO / ANIMAÇÃO	

## ENQUADRAMENTO DO CANDIDATO

1º TURNO					
CANDIDATO					
TEXTO		PROPOSTA		ESCLARECIMENTO	
		ATAQUE		DEFESA	
IMAGEM					

2º TURNO								
MARTA		PROPOSTA		ESCLARECIMENTO		ATAQUE		DEFESA
MALUF		PROPOSTA		ESCLARECIMENTO		ATAQUE		DEFESA
IMAGEM								
RESUMO								

**ANEXO 3**  
**ELEIÇÕES ESTADUAIS EM SÃO PAULO - 2002.**

**TEMAS E SUB-TEMAS PARA PREENCHIMENTO DA PLANILHA**

**1. ECONOMIA**

- 1.1. Indústria
- 1.2. Agricultura
- 1.3. Comércio
- 1.4. Serviços
- 1.5. Desemprego e salário
- 1.6. Finanças
- 1.7. Política Tributária

**2. INFRAESTRUTURA**

- 2.1 Transporte
- 2.2 Enchente
- 2.3 Saneamento básico
- 2.4 Estradas
- 2.5 Energia
- 2.6 Questões Ecológicas

**3. SOCIAL**

- 3.1 Habitação
- 3.2 Saúde
- 3.3 Educação
- 3.4 Políticas compensatórias (renda mínima, bolsa escola)
- 3.5 Questão agrária

**4. VIOLÊNCIA E SEGURANÇA**

- 4.1 Violência e crimes
- 4.2 Penas (pena de morte, prisão perpétua)
- 4.3 Sistema penitenciário
- 4.4 Febem
- 4.5 Política de segurança

**5. CIÊNCIA E CULTURA**

- 5.1 Ciência e Tecnologia
- 5.2 Cultura e Lazer

**6. CAMPANHA ELEITORAL**

- 6.1 Pesquisa eleitoral
- 6.2 Debate político
- 6.3 Entrevistas com candidatos
- 6.4 Convenções Partidárias
- 6.5 Resultados Eleitorais
- 6.6 Horário Eleitoral

## 6.7 Perspectivas Eleitorais

## 7. CANDIDATOS

- 7.1 Alianças
- 7.2 Apoios
- 7.3 Confrontos / ataques (questões éticas, corrupção)
- 7.4 Programa de governo
- 7.5 Cotidiano
- 7.6 Declarações
- 7.7 Agenda do candidato

## 8. OUTROS

- 8.1 Utilidade Pública (órgãos governamentais – TRE)
- 8.2 Governo Covas e Alckmin
- 8.3 Sociedade Civil (formas de organizações)
- 8.4 Legislação Eleitoral
- 8.5 Poluição Visual Eleitoral

## ANEXO 4

MÍDIA, CAMPANHA ELEITORAL E COMPORTAMENTO POLÍTICO EM SÃO PAULO PLANILHA 2002

Nº DA FITA		DATA		HORÁRIO	
JORNAL		EMISSORA			
DURAÇÃO		TEMA PRINCIPAL			
SUB-TEMAS				MATÉRIA ESPECIAL	
CHAMADA					

## ENQUADRAMENTO DA MATÉRIA

APRESENTADOR			
	INFORMATIVA		INTERPRETATIVA INDIRETA
	INTERPRETATIVA		AVALIATIVA

MATÉRIA			
	RESTRITA	PLURAL FECHADA	PLURAL ABERTA
	EPISÓDICA	AVALIATIVA	

RECURSO		
	SÓ APRESENTADOR	IMAGENS DE APOIO
	GRÁFICOS E DIAGRAMAS	ILUSTRAÇÃO / ANIMAÇÃO

## ENQUADRAMENTO DO CANDIDATO

## PERÍDO PRÉ-ELEITORAL/CONVENÇÕES

CANDIDATO		
	PERSPECTIVAS ELEITORAIS	DECLARAÇÕES
	IMAGEM DO CANDIDATO S/ FALA	APOIOS/ALIANÇAS
IMAGEM		

1º TURNO				
CANDIDATO				
TEXTO		PROPOSTA		ESCLARECIMENTO
		ATAQUE		DEFESA
IMAGEM				

2º TURNO							
MARTA		PROPOSTA		ESCLARECIMENTO		ATAQUE	DEFESA
MALUF		PROPOSTA		ESCLARECIMENTO		ATAQUE	DEFESA
IMAGEM							

RESUMO							

## ANEXO 5

PLANÍLHA DE RADIOJORNALISMO 2002

Nº

Nº DA FITA		DATA		HORÁRIO	
JORNAL		EMISSORA			
DURAÇÃO		TEMA PRINCIPAL			
SUB-TEMAS					
CHAMADA					

## ENQUADRAMENTO DA MATÉRIA

APRESENTADOR			
	INFORMATIVA		INTERPRETATIVA INDIRETA
	INTERPRETATIVA		

MATÉRIA			
	RESTRITA	PLURAL FECHADA	PLURAL ABERTA
	EPISÓDICA	AVALIATIVA	

RECURSO			
	SÓ APRESENTADOR		ENTREVISTA
	REPÓRTER/COMENTARISTA		VINHETAS
	SONORAS POLÍTICOS		SONORAS POPULARES/OUTROS

FALA			
	NEUTRO	INDIGNAÇÃO	DRAMA
	IRONIA	ENTUSIASMO	DECEPÇÃO

## ENQUADRAMENTO DO CANDIDATO

CONVENÇÕES			
CANDIDATO			PARTIDO
TEXTO	PROPOSTA	ESCLARECIMENTO	DECLARAÇÕES
	ATAQUE	DEFESA	PERSPECTIVAS
DESCR.			

1º TURNO			
CANDIDATO			
TEXTO	PROPOSTA	ESCLARECIMENTO	DECLARAÇÕES
	ATAQUE	DEFESA	
DESCR.			

2º TURNO					
	PROPOSTA	ESCLARECIMENTO	ATAQUE	DEFESA	DECLARAÇÕES
	PROPOSTA	ESCLARECIMENTO	ATAQUE	DEFESA	DECLARAÇÕES
DESCR.					

RESUMO	

## G) Bibliografia

- ALBUQUERQUE, Afonso (1999). “*‘Aqui você vê a verdade na tevê’: a propaganda política na televisão*”. Niterói: Publicações do Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação MCII / Universidade Federal Fluminense.
- ALDÉ, A. e LATTMAN-WELTMAN, F. (2000). “*O MST na TV: sublimação do político, moralismo e crônica cotidiana do nosso ‘estado de natureza’*”. Texto apresentado na Compós.
- ALDÉ, Alessandra (2002). “*Contando as notícias: a cobertura eleitoral de 2000 em números*”. Trabalho apresentado no Workshop “Mídia e Eleições 2002”. 16 de março, PUC –SP.
- ALMEIDA, Jorge (2001). “*Pesquisas de opinião de cenário de representação política*”. Brasília, 10º Encontro Anual da COMPÓS.
- ARANTES, Rogério (2000). “*Ministério Público e Corrupção Política em São Paulo*”. In SADEK, Maria Tereza (org.), *Justiça e Cidadania no Brasil*, São Paulo: Editora Sumaré.
- AVELAR, Lúcia (1992). “*As Eleições na Era da Televisão*”. In Revista de Administração de Empresas. Set. / Out. 1992, São Paulo.
- AZEVEDO, Fernando (1998). “*Espaço Público, Mídia e Modernização das Campanhas Eleitorais no Brasil*”. São Paulo: Trabalho apresentado na VII Reunião Anual da COMPÓS.
- AZEVEDO, Fernando (2001). “*Imprensa e Cobertura Eleitoral: os Jornais Paulistas e a Eleição Municipal de 2000*”. Brasília, 10º Encontro Anual da COMPÓS.
- AZEVEDO, Fernando (1999). “*Imprensa, Campanha Presidencial e Agenda da Mídia*”. Paper apresentado no XXIII Encontro Anual da ANPOCS, Caxambu/MG, out.
- BARBEIRO, H. e LIMA, P. (2001). “*Manual de Radiojornalismo*”. Rio de Janeiro: Ed. Campus.
- BARDIN, L. (1977). “*Análise de Conteúdo*. Lisboa: Ed. 70.
- BIANCO, N. e MOREIRA, S. (1999). “*Rádio no Brasil – Tendências e Perspectivas*”. Rio de Janeiro: Ed. UERJ/UnB.
- BARROS FILHO, Clóvis de (1995). “*Ética na comunicação: da informação ao receptor*”. São Paulo: Moderna.
- BOURDIEU, Pierre (1997). “*Sobre a televisão*”. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora.
- CASETTI, F. e CHIO, F. (1999). “*Análisis de la Televisión*”. Barcelona: Ed. Paidós Ibérica.
- CHAIA, Vera. “*O Troféu Cara de Pau da Rádio Eldorado*”. (no prelo).
- CHAIA, Vera. ; MENEGUELLO, Raquel. ; AZEVEDO, Fernando. e SCHMITT, Rogério.(2000). “*São Paulo, 2000: Embate Partidário, Mídia e Comportamento Eleitoral*”. (no prelo).

- CHAIA, Vera (2000). “*Cassações Bastam?*”. In CHAIA, Vera e CHAIA, Miguel (orgs), *Mídia e Política*. São Paulo: EDUC/NEAMP.
- CHAIA, Vera e TEIXEIRA, Marco Antonio (2000). “*A máfia dos fiscais e as estrelas da cidadania*”, in CHAIA, Vera e CHAIA, Miguel (orgs) *Mídia e Política*. São Paulo: EDUC/NEAMP.
- COUTO, Cláudio Gonçalves (1996). “*O desafio de ser governo: o PT na prefeitura de São Paulo*” Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga. (org) (2001). “*Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*”. Petrópolis: Vozes.
- HOLBROOK, Thomas H (1996). “*Do Campaigns Mateer?*” Califórnia: Sage Publications.
- LAVAREDA, A. (1989). “*A Democracia nas Urnas*”. Rio de Janeiro: Ed. Revan.
- LIMA, Venício.(1997). “*Perspectivas para as Comunicações no Brasil do Século XXI: Concentração da Propriedade e Redefinição dos Atores Políticos*”. Santos: trabalho apresentado no I Colóquio MERCOSUL-NAFTA de Ciências da Comunicação.
- LIMA, Venício. (2001). “*Mídia- Teoria e Política*”. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo.
- LIMA, Venício (1996). “*Os Mídia e o Cenário de Representação da Política*”, in Revista Lua Nova, Cedec/São Paulo, nº 38.
- LIMA, Venício (1997). “*Notas preliminares sobre o jornalismo local da Rede Globo*”. Trabalho apresentado no XXI Encontro Anual da ANPOCS, outubro.
- MAINWARING, S. (1993). “*Democracia Presidencialista Multipartidária: o Caso do Brasil*”. São Paulo, in: Lua Nova, Revista de Cultura e Política.
- MANIN, Bernard (1995). “*As metamorfoses do Governo Representativo*”, in Revista Brasileira de Ciências Sociais, ANPOCS, São Paulo, nº 29, outubro.
- MARTINS, Luiz. “*Civic Journalism – Um Gênero que o Brasil Começa a Conhecer*”, disponível em [www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br).
- MEDITSCH, E. (org.) (1998). “*Rádio e Pânico: a Guerra dos Mundos, 60 Anos Depois*”. Florianópolis: Ed. Insular.
- MELO, Carlos Alberto Furtado (2000). “*As estrelas da cidadania e a Máfia dos Fiscais*”, in CHAIA, Vera e CHAIA, Miguel (orgs.). *Mídia e Política*. São Paulo: EDUC/NEAMP
- MOREIRA, S.(1991). “*O Rádio no Brasil*”. Rio de Janeiro: Ed. Rio Fundo.
- MIGUEL, Luis Felipe (2000). “*Mito e discurso Político: Uma Análise da Campanha Eleitoral de 1994*”. Campinas: Editora da UNICAMP.
- NICOLAU, Jairo Marconi (1996). “*Multipartidarismo e Democracia*”. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- NUNES, M. (2000). “*Rádio e Política: Do Microfone ao Palanque – Os Radialistas Políticos em Fortaleza (1982-1996)*”. Fortaleza: Ed. Annablume.

- NUNES, Marica *et alli* (1993). “*O uso de Pesquisas Eleitorais em Decisão do Voto*”, in Opinião Pública. Campinas: CESOP, vol.1, n° 2.
- ORTRIWANO, Gisela.(1985). “*Informação no rádio – os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*”. São Paulo: Ed. Summus.
- PARADA, Marcelo(2000). “*Rádio: 24 Horas de Jornalismo*”. São Paulo: Ed. Panda.
- PORTO, Mauro (1996). “*Novas Estratégias Políticas na Globo – O “Jornal Nacional” Antes e Depois da Saída de Cid Moreira*”. São Paulo: trabalho apresentado no V Compós.
- PORTO, Mauro (1999). “*A Crise de Confiança na Política e suas Instituições: os Mídia e a Legitimidade da Democracia*”. Trabalho apresentado no XXII Encontro Nacional da ANPOCS no Grupo de Trabalho
- PORTO, Mauro (2001). “*A Mídia Brasileira e a eleição presidencial dse 2000 nos EUA: A Cobertura do Jornal Folha de S. Paulo*”, in Cadernos do CEAM – As relações entre Mídia e Política, UnB.
- PORTO, Mauro (2002). “*Enquadramento de Mídia e Política*”. Trabalho apresentado no Workshop “Mídia e Eleições 2002”. 16 de março, PUC-SP.
- PULS, Maurício (2000). “*O Malufismo*”. São Paulo: Publifolha.
- RUBIM, Antonio Albino C. (1994). “*Mídia e Política: Transmissão de Poder*”, in Matos, Heloiza (org.) *Mídia, Eleições e Democracia*. São Paulo: Scritta.
- SARTORI, Giovanni (1992). “*Elementos de Teoría Política*”. Madrid: Alianza Editorial.
- SARTORI, Giovanni (1998). “*Homo Videns – la Sociedad Teledirigida*”. Marid: Taurus Pensamiento.
- SAMPEDRO, Victor Francisco (1999). “*Efectos de los Médios de Comunicación sobre la Opinión Pública: los Paradigmas sobre el poder del público*”. *Comunicação e Política*, n.s., voll, n°1.
- SEGURADO, Rosemary.(1997). “*Rádios Livres: Descentralizando o Poder*”. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais, PUC-SP.
- SILVA, Mauro (1998). “*Quem me elegeu foi o rádio*”. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais, PUC-SP.
- SINGER, André (2000/2001). “*Mídia e democracia no Brasil*”, in Revista USP, n° 48, dez/jan/fev 2000/2001, São Paulo/SP.
- SUÁREZ, Eduardo Saffirio (1998). “*Impacto de la vídeo política en los Partidos Políticos*”, paper apresentado no Seminário “La Cuestión Democrática como proyeto para el Siglo XXI”, Rio de Janeiro, 3 a 5 de junho de 1998.
- TEIXEIRA, Marco Antonio (1999). “*Clientelismo e Voto na Cidade de São Paulo*”. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais, PUC-SP.
- THOMPSON, John B. (1995). “*Ideologia e Cultura Moderna – Teoria Social Crítica na Era dos Meios de Comunicação de massa*”. Petrópolis: Ed. Vozes. THOPSON, J. (1998). “*A Mídia e a Modernidade*”. Petrópolis: Ed. Vozes.

THOMPSON, John B. (1998). *“A Mídia e a Modernidade – Uma Teoria Social da Mídia”*. Petrópolis: Editora Vozes.

TOURAINÉ, Alain (1995). *“Comunicación política y crisis de la representatividad”*, in FERRY, Jean-Marc e WOLTON, Dominique – *El Nuevo Espacio Público*. Barcelona: Editorial Gedisa.

TRAQUINA, Nelson (2001). *“O estudo do jornalismo no século XX”*. São Leopoldo: Unisinos.

WEBER, Max. (1995). *“A Política como Vocação”*. São Paulo: Ed. Thomson Learning.

WEBER, Maria Helena (2000). *“Comunicação e espetáculo da política”*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS.

WOLF, Mauro. (1995). *“Teorias da Comunicação”* 4ª ed. Lisboa: Presença.